la Radio
ieri oggi domani

Torino Lingotto

ERI/Edizioni Rai - CRT/Cassa di Risparmio di Torino - Piemonte Vivo

© 1984 by Eri/Edizioni Rai - Radiotelevisione Italiana - Via Arsenale 41 - 10121 Torino
Realizzazione editoriale Eri/Edizioni Rai
Stampa: Tipolitografia G. Canale & C. - S.p.A. - Torino

la Radio
ieri oggi domani

Torino Lingotto

ERI/Edizioni Rai - Piemonte Vivo - CRT Cassa di Risparmio di Torino

Pagina mancante

la Radio, ieri, oggi, domani (a Torino dal 23 aprile 1986)
SOTTO L'ALTO PATRONATO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA FRANCESCO COSSIGA

Comitato d'onore

Nilde Jotti, *presidente della Camera*
Amintore Fanfani, *presidente del Senato*
Bettino Craxi, *presidente del Consiglio dei Ministri*
Livio Paladin, *presidente della Corte Costituzionale*
Luigi Granelli, *ministro della Ricerca Scientifica*
Franca Falcucci, *ministro della Pubblica Istruzione*
Antonio Gava, *ministro delle Poste e Telecomunicazioni*
Renato Altissimo, *ministro dell'Industria*
Clelio Darida, *ministro delle Partecipazioni Statali*
Lelio Lagorio, *ministro del Turismo e Spettacolo*
Antonino Gullotti, *ministro dei Beni Culturali e Ambientali*
Rosa Russo Jervolino, *presidente della Commissione Parlamentare di Vigilanza*
Romano Prodi, *presidente dell'IRI*
Antonio Zurzolo, *direttore generale dell'IRI*
Sergio Zavoli, *presidente della RAI*
Biagio Agnes, *direttore generale della RAI*
Luigi Bernardi Rossi, *presidente del Consiglio Nazionale delle Ricerche*
Francesco Gabrieli, *presidente dell'Accademia Nazionale dei Lincei*
Franco Cappuccini, *presidente del Consiglio Superiore delle Poste e Telecomunicazioni*
Mario Serio, *sovrintendente dell'Archivio Centrale dello Stato*
Maria Cristina Marconi
Gian Carlo Corazza, *presidente della Fondazione Guglielmo Marconi*
Roberto Rossetti, *direttore della Discoteca di Stato*
Giulio Malgara, *presidente dell'UPA*
Luigi Sparano, *prefetto di Torino*
Vittorio Beltrami, *presidente della Regione Piemonte*
Nicoletta Casiraghi, *presidente dell'Amministrazione Provinciale di Torino*
Giorgio Cardetti, *sindaco di Torino*
Anacleto Ballestrero, *cardinale, arcivescovo di Torino*
Giuseppe Pichetto, *presidente dell'Unione Industriali della Provincia di Torino*
Enrico Salza, *presidente della Camera di Commercio di Torino*
Enrico Filippi, *presidente della Cassa di Risparmio di Torino*
Gianni Agnelli, *presidente della FIAT*
Carlo De Benedetti, *presidente della Olivetti*
Carlo Manacorda, *direttore generale dell'Istituto Elettrotecnico Nazionale Galileo Ferraris*
Mario Umberto Dianzani, *rettore dell'Università Statale degli Studi di Torino*
Elio Stragiotti, *rettore del Politecnico di Torino*
Gaetano Scardocchia, *direttore de "La Stampa"*
Angelo Scialpi, *provveditore agli Studi di Torino*
Domenico Corcione, *comandante della Regione Militare di Nord-Ovest*
Guido Ruggiero, *presidente della ERI*
Leone Piccioni, *vice direttore generale della RAI per il Coordinamento delle Reti Radiofoniche*
Mario Motta, *vice direttore generale della RAI per il Coordinamento delle Reti Televisive*
Massimo Fichera, *vice direttore generale della RAI per il Coordinamento delle Divisioni Ricerche e Studi, Stampa e Affari Correnti*
Emilio Rossi, *vice direttore generale della RAI per il Coordinamento Piani Attività Aziendali*
Carlo Livi, *vice direttore generale della RAI per il Coordinamento dei Supporti*
Leo Birzoli, *direttore della Prima Rete Radio*
Corrado Guerzoni, *direttore della Seconda Rete Radio*
Enzo Forcella, *direttore della Terza Rete Radio*
Salvatore D'Agata, *vice direttore del "Giornale Radio 1"*
Alberto Severi, *vice direttore del "Giornale Radio 1"*
Aldo Palmisano, *direttore del "Giornale Radio 2"*
Mario Pinzauti, *direttore del "Giornale Radio 3"*
Giulio Cattaneo, *direttore dei Servizi Giornalistici e Programmi per l'Estero*
Luciano Rispoli, *direttore del Dipartimento Trasmissioni Scolastiche ed Educative per Adulti*

Comitato promotore

Leone Piccioni (presidente)
Raffaele Annunziata, Dino Basili, Cesare Annibaldi, Ezio Alberton,
Marziano Marzano, Egidio Francisco, Alberto Luna, Franco Monteleone, Emilio Pozzi (coordinatore)

Curatori della Mostra e del catalogo: Franco Monteleone e Peppino Ortoleva
Ideazione e progettazione: Achille Castiglioni e Gianfranco Cavaglià
Consulenza tecnica: Franco Soresini
Ricerche iconografiche: Elena Bronzini
Ricerche sonore: Cristina Crocetti
Realizzazione: Nova Rekord - Torino
Colonne sonore: Ermanno Anfossi, Sergio Ariotti, Anna Rosa Mavaracchio
Segreteria: Anna Maria Barra (coordinamento), Giuseppe Romeo Scribani.

Grafica della mostra a cura di Danilo Nubioli
Grafica del catalogo a cura di Paolo Bargis
Immagine di coperta e manifesto: Giulio Paolini (fotografia di Paolo Mussat Sartor)

Si ringraziano le istituzioni, le collezioni e tutte le persone che con il loro contributo e la loro collaborazione
hanno reso possibile la realizzazione della Mostra, ed in particolare:
Regione Piemonte
Provincia di Torino
Comune di Torino
FIAT
Cassa di Risparmio di Torino - Fonit Cetra - ERI/Edizioni Rai - Olivetti S.p.A. - Nuova Autovox S.p.A. - MIVAR s.r.l. - Video Projection.
Discoteca di Stato - Roma; Museo della Scienza e della Tecnica - Milano; Museo della Resistenza - ANPI - Verona;
Archivio Storico Audiovisivo del Movimento Operaio - Roma.
Collezioni: Giuseppe Calderara - Lambrugo (Co); Giampiero Dalla Pozza - Como; Romualdo Gianni - Vimercate (MI); Silvano Rebola - Torino;
Giò Battista Simonetti - Ventimiglia; Mario Vercellati - Milano; Giovanni Volta - Torino.
Enrico Chiaves-Marchesi e famiglia - Torino
Enrico Bertolotti - Torino
Walter Borghi - Torino
Leo Gambino - Torino
Giovanni Lanzoni - Milano
Marino Marini - Milano
Edoardo Massucci - Torino
R.O.V.E.R. s.n.c. - Brescia
Virgilio Savona - Milano
Vittorio Zivelli - Roma

SERGIO ZAVOLI
Presidente della Rai

La Rai, con questa mostra allestita all'Auditorium di Torino, ha voluto ricordare, riascoltandone le voci e rievocandone gli avvenimenti, il lungo cammino della radio italiana.
Saper guardare indietro per trarre lezioni, e davanti per farne tesoro, rassicura sull'uso di quella speciale cultura della comunicazione, fatta di umanesimo e di scienza, che radio e televisione rappresentano in sommo grado. E poiché a un servizio pubblico radiotelevisivo spetta di interpretare quella cultura in maniera esemplare – in quanto particolari, e quindi più qualificanti, sono i suoi doveri – può forse esserci consentito di guardare al nostro ieri e al nostro domani con qualche orgoglio e non poche speranze.
Un grande patrimonio umano, professionale, artistico, culturale, tecnico e industriale, speso in nome della comunità nazionale, ha sessant'anni. Dentro una sterminata voliera di voci e di suoni, al servizio di generi e di interessi diversi, ha trovato eco, di giorno in giorno, la vita di almeno quattro generazioni di italiani. Dall'impulso di Guglielmo Marconi all'ultimo messaggio spaziale è corso per l'etere il destino di miliardi di uomini. Nella buona come nella cattiva sorte.
Ricordate? Da Adua a Guernica, dall'annuncio, partito da via Asiago, "la guerra continua", alle prime voci dell'Italia libera, al tam tam di Radio Londra, da quel nome, Danzica, al silenzio di Hiroshima, al "bip bip" dello Sputnik, ai messaggi dalla Luna e oltre ancora; e poi le catene di solidarietà per le grandi calamità nazionali, le cronache sportive da ogni parte del mondo, i primi intrattenimenti di massa, le grandi orchestre di musica colta e leggera; e poi la politica, la società, l'educazione e la cultura. Tutto mediato da nuovi generi e da nuovi linguaggi: il radiodramma, il documentario, i dibattiti, le inchieste, i convegni, le cronache parlamentari, le rubriche letterarie e scientifiche, il Terzo Programma, lo spettacolo di varietà. E poi ancora le grandi radiocronache: con le notizie che arrivano sul filo dei secondi: «la Repubblica ha vinto», «Moro è stato ucciso», «il nuovo papa è polacco...». E oggi le centinaia di trasmissioni di servizio, la miriade di informazioni utili, le innumerevoli opportunità culturali e spettacolari.
La lunga vicenda del primo grande mezzo di comunicazione di massa si è così intrecciata con la crescita dell'intero Paese: le notti, ma anche i risvegli, cioè "i giorni della civetta", ma anche quelli "del sole e del grano". Può dunque dirsi che la memoria storica di questo secolo sarebbe certamente più labile se non potessimo integrarla con la memoria conservata negli archivi della radio, rimasta nei ricordi della gente, rintracciabile nelle esperienze di quanti, per oltre mezzo secolo, hanno operato nel primo medium dell'etere. L'avvento della Radio non ha segnato soltanto un incremento quantitativo degli strumenti a disposizione per diffondere il sapere, ma ha modificato in profondità i caratteri e i modi stessi della conoscenza, da quella storica a quella quotidiana. Qualcuno dirà che questo processo di mutazioni e di sintesi rischia di fare un tutt'uno della storia, della sociologia e dell'antropologia. Sono, consentitemelo, di diverso avviso. Non appartengo ai patiti della "tradizione orale", ma credo che essa sia ormai un patrimonio fondamentale a disposizione di quanti vogliano interrogarsi con profitto su quelle distinte sequenze di fenomeni che hanno via via disegnato la nostra identità nazionale; tra le fonti orali, prima fra tutte, la Radio.
Attraverso l'etere, un modo di vivere apparentemente indistinto finiva per diventare, registrando e in qualche modo determinando il nostro costume, la storia stessa del Paese.
Tutto ciò è passato attraverso l'uso della parola. Il più straordinario utensile dell'uomo – che di volta in volta può farsi strumento di educazione, di fratellanza e persino di amore, ma anche arma di costrizione, di separatezza e persino di odio – continua ad essere ciò che più di ogni altra risorsa umana ci fa, a nostra volta, straordinari. «Sulla parola – scrisse Goethe – si reggono gli archi dell'esistenza, dalla vita alla morte». Non a caso si è potuto dire, ad esempio, che Cristo fu ucciso più per quello che disse che per quello che fece.
Nulla come la parola, in un mondo pur così segnato dalle immagini, può rappresentare il simbolo stesso dell'identità primaria; sicché, sfigurata la parola, ci resterebbero solo linguaggi immersi nei gerghi, colti e incolti, nelle ribalderie lessicali, nelle sofisticate metafore come nelle corrive ovvietà, nei modi allusivi per doppiezza o violenti per ottusità. La concreta dignità della parola, il suo potere di farsi capire e di suscitare altre parole, sono i segni su cui dovrà continuare a fondarsi il valore più specifico della Radio. La quale, così agile e quindi così percorsa dal nuovo, non potrà peraltro mai essere ciò che è stata; neppure la più tenace volontà di tenere in vita, per nostalgia o per pigrizia, un insieme di generi che fecero le sue fortune può impedirne il cambiamento. Ciò tuttavia non è sintomo di crisi, ma di trasformazione: ad essa sono interessati tutti i suoi operatori, dagli uomini della consolle a quelli dei trasmettitori, attraverso tutte le professionalità che agiscono sulle cento tastiere di questo mezzo. Non a caso sta nascendo, tra vasti consensi, una radio che dà la parola: è un altro dei suoi linguaggi, scaturisce dai tempi nuovi e insieme li provoca.
In questa sua continua mutazione, a una cosa la Radio non potrà rinunciare: al dovere di alimentare, accogliendo tutta la pluralità del reale, le ragioni della verità. E ciò in modo speciale riguarda un servizio pubblico, la cui capacità di comunicare non deve escludere quella di dialogare, se vuole essere per intero lo strumento che interpreta la varietà delle voci espresse dalla comunità.
Compito di questa "Radio di tutti" è anche quello, perciò, di rendere credibile la parola in un tempo che la vede sempre più screditata. «Ci si aspetta così poco dalla parola – è stato detto – che essa finisce quasi sempre per darlo». È un desolato ammonimento a restituirle i significati che le spettano: ad ogni parola, detta o scritta; anche se quella detta è imperante e quella scritta continua a vivere il suo impareggiabile destino di minoranza.
Ma è la parola nel suo significato intero che ci interessa, qualunque sia la forma o il suono che prende, perché ad essa è affidato questo mondo della comunicazione sonora che ogni giorno ci richiama a una necessità e quindi a un nuovo dovere.

Pagina mancante

BIAGIO AGNES
Direttore generale della Rai

«Il presente è un territorio del passato»: può forse stupire che questa frase sia non già di un pensatore tradizionalista, ma di uno degli studiosi piú attenti alla trasformazione tecnologica, il professor Walter J. Ong della Saint Louis University.
Se si riflette sull'attuale sviluppo della società, non ci sono piú motivi di sorpresa: sono proprio i momenti di accelerazione della storia – e quello d'oggi è senza precedenti – a richiedere piú fermi ancoraggi, che si trovano solo andando alla ricerca delle proprie radici, delle analogie piú stringenti tra passato e presente.
La rapida evoluzione che stiamo vivendo con il fluire di "novità" a getto continuo, se da una parte ci può fare credere di essere "padroni del mondo" dall'altra è causa di disorientamento e di insicurezza.
Qualcuno ha riattualizzato la leggenda di Narciso, un Narciso tecnologico affascinato e alienato dalle sue stesse "immagini" che, restituitegli dai "mass media", non riconosce piú come frutto della propria opera.
Di qui l'esigenza di recuperare momenti essenziali del "come eravamo" per cogliere il senso dell'oggi e progettare prospettive non effimere aperte sul futuro.
In quest'ambito di riflessioni si colloca ogni mostra storica che voglia lasciare un segno.
E questa sulla Radio, per i materiali presentati, per l'ordine che le è stato dato, per gli approfondimenti che ne scaturiscono, ha tutte le carte in regola.
Tanto piú che la Radio è un "oggetto" che, se ha lasciato una traccia nel passato, è ben lontano dall'aver esaurito la sua funzione sociale e, soprattutto, la sua presenza nelle pieghe piú riposte della nostra vita quotidiana.
Non ha certo subito la sorte della carrozza a cavalli.
Un "oggetto" vivo non solo per se stesso, ma anche come progenitore di altri mezzi, in particolare della televisione che, com'è stato scritto, è molto piú figlia del microfono che della cinepresa. Non a caso gli organismi televisivi sono nati da quelli radiofonici e non dall'industria cinematografica. Per guidare il presente dei "media" verso il futuro dobbiamo, dunque, dare un'occhiata allo specchietto retrovisivo del passato.
Sono andato perciò alla ricerca di tre momenti della vita della Radio: tre snodi a mio avviso emblematici del rapporto tra i caratteri propri di questa tecnologia della comunicazione e il modo di operare in essa di alcuni uomini che ne hanno saputo valorizzare le caratteristiche strutturali, organizzative e di linguaggio e, soprattutto, di contatto col pubblico.
È per noi un insegnamento importante capire come sono stati superati alcuni gravi momenti di flessione nella storia di questo mezzo.
Primo caso: la "grande crisi" del '29. Furono in molti allora a pensare che la radio avrebbe subito lo stesso drastico ridimensionamento del teatro, del cinema e, parzialmente, anche della stampa.
In realtà le cose andarono ben diversamente. Scrive Erik Barnouw, il piú autorevole storico della radiotelevisione americana: «Le trasmissioni si erano conquistate tra gli ascoltatori una fedeltà che rasentava l'irrazionalità. Alcuni osservatori sociali notarono che famiglie cadute in rovina, che avevano dovuto cedere i mobili di casa e persino i letti, rimanevano attaccate alla radio come se questa rappresentasse il loro ultimo legame col mondo».
Da questa iniziale resistenza del mezzo si passò alla successiva ripresa, quando Franklin Delano Roosevelt capí di dover affidare alle onde hertziane la parte piú coinvolgente del suo progetto politico, attraverso quelle "conversazioni al caminetto" che creavano un vero e proprio cordone ombelicale tra il destino delle famiglie e quello della nazione.
Il mezzo era servito a mantenere il contatto, e il genio dell'uomo se ne era a sua volta servito per incanalarvi un messaggio di speranza e di rinnovato sviluppo.
Secondo caso: la crisi dell'Eiar dopo il 25 luglio. Caduto il fascismo, l'ente continuò fino all'8 settembre la propria attività con i medesimi dirigenti, con la medesima organizzazione, con le medesime "strette relazioni" con il Ministero per la Cultura Popolare. L'informazione insufficiente e tendenziosa, combinata con la durezza delle condizioni di vita e la progressiva generale insofferenza per l'"etica fascista", causò una grave crisi di credibilità dell'Eiar presso il pubblico.
Anche questa volta, però, non si trattò di una crisi del mezzo: il pubblico vi rimase fedele. Cercò altre fonti: Radio Londra, certamente, ma anche le nuove voci libere di Radio Palermo, Radio Bari, Radio Sardegna. Anche qui la tenuta del mezzo era coincisa con l'impegno, la professionalità e la capacità di rischio di alcuni uomini che avevano saputo interpretare, attraverso la Radio, le nuove istanze del Paese.
Terzo caso: la temuta crisi della radio dopo l'avvento della televisione. Intorno alla metà degli anni '50 quando la rapidità di espansione del nuovo mezzo apparve in tutta la sua irruenza, coloro che consideravano la radio come "una televisione priva di immagine" non ebbero dubbi sul destino del mezzo piú vecchio. Ci fu chi ne parlò addirittura come di un povero invalido necessariamente condannato a deperire se non proprio a perire. Ma ciò non è avvenuto affatto e oggi, in piena civiltà dell'immagine, la radio è in una fase di rilancio.
Anche in questo caso non si è trattato di un recupero puramente spontaneo. Programmisti e giornalisti della Radio hanno dovuto interrogarsi – concettualmente e praticamente – sullo "specifico" del mezzo e prendere una serie di iniziative idonee a garantirgli lo spazio che gli è proprio.
Di qui l'esaltazione della sua flessibilità, attuata con i collegamenti via cavo e telefonici e con un dialogo piú frequente col pubblico, con l'uso piú generalizzato della diretta, con la massima tempestività e concisione della notizia, con la combinazione piú efficace parola-musica. C'è in proposito un'osservazione che mi piace ricordare. È di Robert Wangermée, che per tanti anni è stato il direttore generale della Radiotelevisione belga. «Il pubblico della Radio – ha scritto Wangermée – diventa in serata il pubblico della Televisione, e pertanto pretende dalla Radio quel che la Televisione non può adeguatamente fornire, e cioè, soprattutto, un'informazione rapida e una musica di compagnia».
La situazione di oggi, dunque, dimostra non solo la permanente vitalità del mezzo, ma anche una rinnovata presenza del servizio pubblico.
Non bisogna dimenticare che nel 1975, anno dell'entrata in vigore della legge di riforma, la radiofonia della Rai aveva subito un preoccupante calo d'ascolto a favore delle emittenti private: ora si può constatare una sostanziale tenuta, con sensibili recuperi nell'area dell'ascolto pomeridiano e notturno, grazie anche all'introduzione di Stereo Uno, Stereo Due e Stereo Notte. Si tratta di interventi che dimostrano la tendenza della Rai ad allargare la gamma della sua "offerta", proponendo, tra l'altro, programmi differenziati, per rispondere a esigenze specifiche di un pubblico sempre piú esigente.
Un'importanza particolare, in questo senso, rivestono, da una parte, le trasmissioni di "servizio", come quelle destinate agli automobilisti e, dall'altra parte, le innovazioni tecnologiche, come l'impianto computerizzato per il controllo e lo smistamento dei programmi, allestito recentemente presso il Centro di Produzione radiofonico di Roma.
Non c'è alcun dubbio che, sia per l'originale sistema misto pubblico-privato già operante nel Paese, sia per le innovazioni previste dalle tecnologie, è essenziale uno sforzo per individuare possibili scenari

futuri, determinare le azioni da intraprendere, continuare a ricoprire con dignità quel ruolo centrale che il Parlamento ha affidato alla Rai come complesso culturale che agisce nella vasta area del sapere e dello spettacolo.
Se guardiamo al futuro facendo tesoro del passato, dobbiamo riflettere sulle potenzialità della radio, di questo suggestivo strumento della comunicazione cosí diffuso, disponibile, intimo, immediato, insostituibile. È un impegno preciso che dobbiamo onorare: quello di rendere utile alla persona e alla comunità ogni iniziativa della Radio e per la Radio.

LEONE PICCIONI

Vice direttore generale della Rai per la radiofonia

Mi viene chiesta, per questa occasione, una rapida testimonianza, all'interno della radiofonia, di chi può vantare almeno una delle piú lunghe anzianità aziendali. Essendo entrato alla Rai (si chiamava Rai da poco) nel '46, ho alle mie spalle 38 anni di servizio: e altri sei (quasi), se Dio mi assiste, ne avrò.

Nel '46, dunque, avevo 21 anni e fui assunto come praticante al "Giornale Radio" diretto da un uomo di cultura e giornalismo che non si può dimenticare: Antonio Piccone Stella. Diciotto mesi di praticantato per cominciare tutta una serie di gradini: capo servizio per le trasmissioni culturali nel '51, capo redattore nel '57, cominciando ad occuparmi dell'"Approdo", vice direttore del "Telegiornale" nel '59, vice direttore centrale nel '61, direttore centrale dei programmi radiofonici nel '66, vice direttore generale nel '69.

Se la Radio ha sessant'anni, io posso dunque dire di avergliene dedicati piú di trenta, anche se nella mia carriera alla Rai mi sono occupato anche del "Telegiornale" e della Direzione Programmi televisivi. Ma sono pochi ricordi radiofonici che voglio mettere a fuoco.

Ancora praticante, nel '46, fui spedito a Parigi per seguire, come aiuto del redattore capo, la Conferenza della Pace. Ed ebbi subito emozioni grandissime come quella di conoscere abbastanza, frequentandolo spesso, l'allora nunzio a Parigi Angelo Roncalli, poi papa Giovanni XXIII; seguendo gli scontri tra il segretario di stato americano Byrnes e il ministro degli esteri sovietico Molotov, ma soprattutto essendo presente al famoso discorso di De Gasperi in difesa di una Italia da tutti condannata dopo la sconfitta. De Gasperi parlò in un assoluto silenzio dell'Assemblea, con fermezza e cuore aperto, capiva che "tutto gli era contrario" fuorché la "cortesia" degli ascoltatori: tenne un discorso che toccava a fondo gli animi. E quando scese dalla tribuna per riprendere posto in platea, nel generale silenzio vedemmo solo alzarsi dalla sua poltrona il segretario di stato americano Byrnes, andare incontro a De Gasperi e stringergli la mano. La commozione ci prese, i nostri occhi erano bagnati di lacrime.

Ricorderò ancora soltanto l'esperienza dell'"Approdo", una rubrica prima radiofonica che poi ebbe la sua veste tipografica e quella televisiva, diretta da Angioletti e nel cui comitato direttivo erano personalità come Ungaretti, Cecchi, Longhi, De Robertis, Betocchi, Lisi, Bo e tanti altri che si potrebbero citare. La rubrica era stata iniziata a Firenze da Adriano Seroni dopo l'occupazione di Radio Firenze da parte degli americani. E già in quegli anni mi ero affacciato ai microfoni di Radio Firenze con qualche rubrica legata alla musica jazz. Rubriche jazz che, con mio fratello Piero, tenemmo settimanalmente alla Rai, tra il '46 e il '54.

Nel '59 fui spostato al "Telegiornale" e ho fatto il mio rientro alla Radio come direttore centrale (questa era la qualifica prima della riforma) nel '66. Con un gruppo di collaboratori molto efficienti, riuscimmo a cambiare la faccia della radiofonia, ottenendo risultati insperati nel gradimento del pubblico, che in alcuni casi, raddoppiò o triplicò. Ci impegnammo in ogni settore: quello della musica seria (indimenticabili le stagioni sinfoniche preparate dal maestro Siciliani, mio stretto collaboratore di quegli anni), quello leggero e quello per i giovani (come "Bandiera gialla" e "Per voi giovani"), le trasmissioni di varietà ("Gran varietà", "La corrida", ecc.), i quiz ("Il gambero", ecc.), l'inserimento di personaggi della cultura intervistati o a far da guida ai programmi della giornata, un potenziamento della prosa con la nuova proposta degli sceneggiati brevi, il concorso dei maggiori cantanti e attori del momento (cominciò allora il domenicale programma condotto da Mina), ma soprattutto il varo di una trasmissione come "Chiamate Roma 3131..." che si iniziò con Federica Taddei, Franco Moccagatta e Gianni Boncompagni e che scopriva, come rapporto mediato con l'ascoltatore, il telefono. Da allora tante trasmissioni radiofoniche (forse troppe) sono piene di telefonate e non c'è dunque da soffermarsi sull'importanza di quel primo esperimento. Furono tre anni di duro ma molto gratificante lavoro.

Ho passato i successivi sei anni alla presidenza della Fonit-Cetra per poi rientrare nel gennaio dell'83, come vice direttore generale per il coordinamento delle reti radiofoniche. Tutto è ora piú difficile. Quando mi occupai di radio nel '66 non esisteva il fenomeno delle radio libere e non era ancora entrata in funzione la riforma legislativa che articolava la radiofonia in tre reti dando a ciascuna piena autonomia e abolendo, perciò, la figura, che in qualche modo avevo ricoperto, di "direttore della Radio".

Malgrado le molte difficoltà, la Radio è ascoltata, si rinnova e va avanti. La radio, del resto, è un mezzo che non potrà mai morire, perché propone un tipo di rapporto personale e confidenziale con l'ascoltatore senza in niente costringerlo o azzerarlo fino a farne il componente di una massa piú o meno inerte. La radio sollecita, stuzzica la fantasia: il radioascoltatore, nei programmi ben concepiti e ben condotti, viene colpito individualmente e spesso può individualmente dialogare con chi conduce le trasmissioni. È questa una caratteristica che ha salvato la radio, a mio parere, anche dal far guasti nel costume della società contemporanea dove, certo, qualche guasto è stato fatto dal messaggio dei mass media, particolarmente per quanto riguarda le televisioni e certa stampa. Bisogna ricordare infine che la forza dell'informazione radiofonica arriva sempre per prima con ampiezza di particolari e di suggestione.

Avendo avuto esperienza, dunque, di lavoro sia in radio che in televisione, posso dire che la radio offre una gamma di idee e di invenzioni molto maggiore della televisione: praticamente qualunque idea può essere realizzata in radio perché i mezzi tecnici disponibili consentono qualsiasi realizzazione. Non tutte le idee (le buone idee) possono essere realizzate in televisione perché c'è, spesso, da fare i conti con i mezzi tecnici.

La Radio avrà lunga vita, e lunga vita, di cuore, auguro alla Radio.

Pagina mancante

Una delle prime trasmissioni di radio Torino (1929).

EMILIO POZZI

Direttore della sede regionale della Rai per il Piemonte

La Mostra della Radio e sulla radio torna a Torino, che l'aveva ospitata all'Auditorium della Rai, in occasione dei sessant'anni dell'inizio delle trasmissioni regolari, dal dicembre 1984 al febbraio 1985.

Dopo tre tappe in Italia, Spoleto, Bari, Napoli, torna a Torino, in una nuova sede, il Lingotto, e si apre contestualmente al 61° Salone Internazionale dell'Automobile.

Torna con un nuovo titolo «La Radio: ieri, oggi, domani», in una prospettiva dunque largamente aperta al futuro.

Cosí come il Lingotto è alla ricerca di una propria identità, nel cuore di Torino, cosí la Mostra della Radio si offre per una sperimentazione logistica e concettuale, anche lei alla ricerca del nuovo futuro.

E rimangono valide le risposte che davo, nella nota del dicembre 1984, alla domanda: perché questa Mostra a Torino?

Sarebbe molto semplice rispondere alla domanda che qualcuno certamente si è posto, con due motivazioni apparentemente esaustive. Primo, perché a Torino esiste un copioso materiale di documentazione, con cimeli preziosi e antichi, almeno cinquecento raccolti nello spartano Museo della Radio e della Tv di via Verdi 16. Secondo, perché Torino è considerata, e si considera, la culla della Radio.

I motivi invece sono altri, anche perché quelli citati appartengono a luoghi comuni, storicamente inesatti.

Spieghiamoci meglio. L'ipotesi di un Museo permanente dedicato alla Radio e alla Tv è un'idea coltivata da tempo ma che aspetta momenti piú propizi e volontà piú chiare per diventare realtà. Era però giusto che dalle provvisorie bacheche, da un ordinamento tecnologico e spesso soltanto cronologico, si potesse passare con uno spostamento di poche centinaia di metri (da via Verdi a via Rossini), ma con un salto di qualità espositiva, ad una utilizzazione esemplare dei piccoli tesori nascosti. Il che è avvenuto proprio grazie ad una riflessione critica che dall'allineamento di oggetti giungesse ad una esposizione ragionata, raccontando una storia suggestiva e vivacemente dinamica quale è il viaggio dei suoni nell'etere.

L'altra risposta che la ricerca storica si incarica di demolire è che Torino sia stata la culla della Radio, come comunemente si è sempre creduto. Culla no, balia si.

Infatti se le trasmissioni radio, regolari con la nascita dell'Uri sono cominciate nel 1924 a Roma, e poi a Milano (1925), a Napoli (1926), a Bolzano e Genova (1928), è soltanto nel 1929 che si apre la stazione radio di Torino, con il collegamento via cavo con Milano, il 1° novembre. Torino si era però già affacciata nel mondo della radio sin dalla fondazione dell'Uri, il cui primo presidente Enrico Marchesi, era personaggio di spicco nel mondo imprenditoriale piemontese. Nel 1925 la Sip (Società Idroelettrica Piemontese) era entrata nel pacchetto azionario della Uri in seguito all'aumento di capitale sociale a 6 milioni e 200 mila lire; cosí come, l'anno dopo, il 9 aprile 1926, aveva tenuto a battesimo la Sipra, nata con un capitale di L. 225.000 ripartito tra Uri e Sirac, ottenendo la gestione della pubblicità radiofonica.

Presenza quindi di capitali (la Sip controllerà il 98% delle azioni Eiar) e primi segnali di spostamenti di sedi decisionali e apporto di idee e di concetti: il «Radiorario», il 5 gennaio 1930, diventa «Radiocorriere» e si trasferisce a Torino, al fatidico indirizzo di via Arsenale 21; il 15 giugno Milano e Torino, unificate, denominano "Giornale Radio" i notiziari; la Direzione Generale, trasferita a Torino, istituisce nel proprio ambito la Direzione Propaganda e Sviluppo; nel 1932 l'Eiar acquisisce il Teatro di Torino che, rinnovato in base alle esigenze radiofoniche, è la nostra sede per gli auditori delle stazioni settentrionali. E al Teatro di Torino, dopo la fusione dell'Orchestra di Milano con quella di Torino,

si tengono i primi concerti del nuovo complesso sinfonico: il 1° febbraio 1932 la prima manifestazione lirico-sinfonica "sponsorizzata" e l'8 febbraio il primo concerto sinfonico diretto da Ottorino Respighi. Il primo concorso a premi ha in palio una Fiat 514, cosí come la famosa Balilla diventa la protagonista di una serata radiofonica (il 12 aprile) con canti, canzoni, varietà e pubblicità.

Gli interessi del capitale azionario avevano però trovato – ed ecco perché se non culla diciamo che Torino è stata balia, nutrice della radio – fertile terreno nell'attenzione e nella disponibilità degli uomini di cultura torinesi che avevano capito la radio e creduto nella radio creando un fitto intreccio tra programmi, musicali e culturali, case editrici e discografiche (la Cetra e poi, piú tardi, l'Eri). A Torino c'erano compagnie di prosa, orchestre di musica leggera (oltre a quella sinfonica), compagnie di rivista, con un personale tecnico altamente qualificato e specializzato. C'era l'orgoglio di fare la Radio. Il senso dell'efficienza aziendale era sinonimo del modo di lavorare dei torinesi. La cadenza piemontese che venava la parlata dei nostri dirigenti, sparsi per l'Italia, era il segnale della connotazione aziendale. A distanza di anni dal trasferimento della capitale a Roma, con la calata dei piemontesi, il fenomeno si ripeteva. E non era un fenomeno negativo, anzi.

Questa "torinesità" dell'azienda ha coinciso con un periodo, ampio nel tempo, di solidità costruttiva, di espansione, di seria conduzione, alimentata con una linfa che era cultura, entusiasmo, professionalità.

La presenza della Direzione Tecnica e il Laboratorio Ricerche sono esempi da non dimenticare. Torino non ha tradito questi valori. Li mette a disposizione ancora oggi, con un largo apporto di programmi radiofonici, nazionali e regionali, desiderosa di dare in ragione delle sue potenzialità e delle sue risorse, umane e materiali, augurandosi che i "bunker" nei quali troppo spesso l'industria, anche quella culturale, a Torino si è rinchiusa, si aprano per un dialogo di collaborazione con il servizio pubblico della Radiotelevisione, in uno sforzo di interazione con la cultura viva, che se ha matrici piemontesi, ha, al tempo stesso, respiro a livello nazionale ed europeo.

Una riflessione sul passato potrebbe essere utile a trovare soluzioni per l'oggi, e per il futuro. Anche, e in primo luogo, nel senso di rendere lo straordinario patrimonio culturale storico e tecnologico prodotto dalla Radiotelevisione Italiana in particolare a Torino, una risorsa a piena disposizione degli studiosi delle nuove generazioni e di un pubblico radiotelevisivo che non vuole solo "consumare" ma anche ricordare e riflettere, consapevolmente.

Se questa Mostra, nata dalla circostanza di una ricorrenza, arricchita via via da nuove integrazioni, e oggi in una nuova e prestigiosa sede, può avere un significato di proposta anche per il domani di Torino, interessata al futuribile della comunicazione, possiamo essere soddisfatti che il tempo ad essa dedicato da chi l'ha pensata e allestita, da chi l'ha resa possibile e da chi la visiterà, non è stato e non sarà perduto.

La prima orchestra dell'EIAR di Torino (1929).

VITTORIO BELTRAMI

Presidente della Regione Piemonte

NICOLETTA CASIRAGHI

Presidente della Provincia di Torino

GIORGIO CARDETTI

Sindaco di Torino

La Regione Piemonte, la Provincia e il Comune di Torino hanno accolto con sincero entusiasmo l'idea di una Mostra che ricordi le tappe storiche percorse dalla radiofonia italiana nei sessant'anni di trasmissioni regolari. E sono state ben liete di dare il patrocinio all'iniziativa, collaborandovi concretamente, anche perché questa è un'occasione di ricordare il contributo personale e qualitativo che Torino e i piemontesi hanno offerto agli anni d'oro della Radio.

A noi pare che la scelta di Torino per dare il via ad una Mostra che ripercorra nel suo itinerario "la grande strada dei suoni" non poteva essere, per diversi motivi, piú felice.

Torino è legata alla Radio da molti ricordi che sono nel cuore di tutti. Lungo è l'elenco degli attori, dei registi, dei direttori d'orchestra, delle orchestre, dei tecnici, dei dirigenti e di tutti coloro che hanno collaborato all'interno e dall'esterno alla realizzazione di tanti programmi. A Torino esistono, custoditi dalla Rai, i "pezzi" piú storici e singolari legati allo sviluppo della radiofonia, che costituiscono in "nuce" la base per un futuro moderno. Museo della Radio e della Tv, che ben si armonizzerebbe con il Museo del Cinema, al quale si sta dando una nuova sede.

Torino, infine, che lega il suo nome a quello della prestigiosa Orchestra Sinfonica e del Coro – e ci sembra altrettanto significativo che la Mostra sia allestita proprio all'Auditorium – è certa che il futuro della Rai abbia nel Piemonte un polo creativo e produttivo di importanza primaria, che la concessionaria del servizio pubblico continuerà a valutare nel modo piú giusto.

La Mostra vedrà – ne siamo certi – un momento di riflessione critica ed una occasione di "rilancio" della Radio. A questo appuntamento gli enti locali desiderano essere, per il loro ruolo riconosciuto dalla legge di riforma della Rai, testimoni e protagonisti.

ENRICO FILIPPI

Presidente della Cassa di Risparmio di Torino

La Cassa di Risparmio di Torino ha voluto contribuire alla realizzazione del volume-catalogo della seconda mostra rievocativa dell'attività radiofonica in Italia, ospitata in questi giorni al Lingotto, come già aveva fatto in occasione della nascita della mostra all'Auditorium Rai di Torino, nel dicembre del 1984.

Nel proseguimento di quella iniziativa, concretatasi nella realizzazione del primo catalogo «La Radio: storia di sessant'anni 1924-1984», continua quindi la felice collaborazione fra Crt e Rai, in anni precedenti avviata con la pubblicazione del volume dedicato ai «Cinquant'anni dell'orchestra Rai di Torino».

Il catalogo della mostra, che ritorna a Torino, arricchita di nuovi contributi e stimoli culturali, dopo essere stata trasferita con grande successo a Spoleto, Bari e Napoli, assume il significato di una testimonianza storica nella quale è di primaria importanza il ruolo di Torino.

La mostra non vuole però essere soltanto una rivisitazione storica del passato, ma come chiaramente esprime la nuova intestazione del catalogo «La radio: ieri, oggi, domani», dalle radici e dalle tradizioni illustri di ieri vuole concretamente fare pensare alle prospettive future di questo importante mezzo nel campo delle comunicazioni per sostenere una sua sempre maggiore e piú qualificata presenza nel territorio regionale e nazionale.

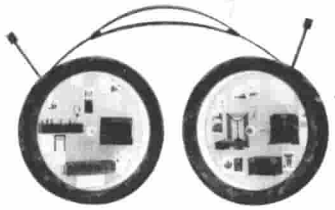
Non a caso la mostra si apre infatti sul palcoscenico del Lingotto, una struttura che fu d'avanguardia e che ritorna ad esserlo in prospettiva.

L'augurio è che, dopo il successo ottenuto dalla prima mostra, si amplii ancora il consenso, soprattutto fra i giovani, verso i quali la presente rassegna, come messaggio di costume e di cultura, intende avere un rapporto preferenziale.

Pagina mancante

introduzione alla Mostra

Pagina mancante



Raccontare, in una Mostra, il passato, il presente, il futuro della Radio è, di per sé, una sfida, perché significa rendere visibili – quindi concretamente visitabili – le vicende del piú impalpabile tra i mezzi di comunicazione. Impalpabile perché interamente affidato ai suoni e alla percezione uditiva; impalpabile perché tra l'ascoltatore e l'emittente, tra chi sente e chi (con le parole, con la musica, con i rumori) gli si rivolge, non vi è alcun collegamento materiale, ma solo onde elettromagnetiche, quantomai evanescenti, che riempiono l'etere; impalpabile, infine, perché la sua funzione si esaurisce nell'attimo: ben poco di quanto la Radio ha trasmesso è stato conservato, ed anche le registrazioni del passato ci restituiscono, al piú, alcuni singoli programmi, non il complesso e articolato flusso quotidiano di materiali eterogenei che costituisce l'essenza e il significato della comunicazione radiofonica. Tuttavia, proprio questo mezzo cosí impalpabile è stato uno dei piú potenti strumenti di trasformazione sociale di questo secolo. La radio, ovvero il primo mass medium in cui tutto il pubblico si è identificato con la stessa società nazionale, è ormai parte essenziale della memoria storica dell'intera collettività che, in qualche modo, l'ha espressa.
Eppure, di questa memoria esistono poche tracce. Raccogliere, anche se sommariamente, quelle esistenti, ordinandole, ricostruendole in un percorso scandito sugli eventi della storia del Paese, sulle trasformazioni del costume, sulla crescita del pubblico, sull'organizzazione della produzione, ci è sembrato il modo migliore per rievocare tutto ciò che, in sessanta anni, la Radio italiana è stata.
Questa Mostra vuole anche essere un primo contributo alla costituzione di un archivio storico della Radio e della Televisione italiana. Alcuni anni or sono, la Rai affidò a Umberto Eco il compito di immaginare un progetto per un museo della radiotelevisione. Ne nacque uno studio, che abbiamo ritrovato e che pubblichiamo in apertura di catalogo, il quale dimostra le oggettive difficoltà di raccogliere e conservare materiali non pregiati, ideati e prodotti per essere consumati nel breve attimo di un ascolto fugace. Ma per una grande azienda produttrice di immaginario, l'obiettivo di non disperdere la memoria di se stessa fa parte integrante di quel compito di diffusione culturale e di promozione civile che deve essere al centro dell'attività di un servizio pubblico. Anche in questo senso la Mostra intende essere una sfida.

La radio è suono. Una Mostra storica ad essa dedicata non poteva non essere un'occasione di ascolto, una evocazione magica, un suggestivo attraversamento di documenti sonori, magari a tratti lacunosi, ma comunque essenziali nella lunga vita di questo mezzo. La Mostra è stata quindi ideata intorno a uno strumento che, al tempo stesso, ne costituisce la modalità di uso e ne rappresenta il simbolo: il grande modello di cuffia in cui sono racchiusi oggetti, immagini, documenti, e l'autentica cuffia sonora di cui ciascun visitatore è dotato, e che gli permette di seguire, nel corso della visita, una vera e propria colonna sonora radiotrasmessa, concepita e realizzata in accordo con le varie fasi storiche documentate nell'esposizione.
La scelta della cuffia, piuttosto che dell'altoparlante o del microfono, quale "cifra" della Mostra, è stata fatta anche in altro senso. La cuffia, che in origine era stato lo strumento tipico dell'ascolto radiofonico,

oggi è tornato ad esserlo. Cambiata nella forma e nella tecnica, la cuffia può essere considerata l'emblema della vicenda del mezzo radiofonico, dalla prima fase della sua rapida ascesa all'attuale stadio del suo consumo di massa capillare e, per cosí dire, "tascabile". In secondo luogo, la cuffia isola l'ascoltatore nel momento stesso in cui lo "sintonizza" con la fonte di emissione prescelta; sottolinea la sua individualità nel momento stesso in cui gli offre un prodotto socializzante. La cuffia evidenzia, ed estremizza, le caratteristiche fondamentali della radio: strumento di unificazione sociale; stimolo di nuove pulsioni culturali, giovanili e femminili soprattutto; mezzo di collegamento e di sincronizzazione con il mondo; senza trascurare la sua affabulatoria possibilità di evasione dalla realtà di tutti i giorni.

La comunicazione radiofonica consiste in un flusso ininterrotto di materiali eterogenei che copre gran parte della giornata. Anche se in modo totalmente diverso dal cinema, la comunicazione della radio è fondata su un "montaggio". L'accostamento di prodotti differenti, programmato sotto forma di palinsesto, è parte essenziale dell'esperienza dell'ascolto. Dall'accostamento fra le diverse trasmissioni che si susseguono (incluse quelle apparentemente minime ma egualmente importanti nella storia e nello specifico del mezzo, dal "segnale orario" agli annunci, dall'"uccellino" alle sigle) l'ascoltatore trae il "senso" di tutto ciò che ascolta. Il flusso radiofonico organizza tra loro in sequenza tutti, o quasi tutti, i generi, musicali o verbali, preesistenti all'invenzione della radio.
Anche la Mostra che abbiamo ideato può essere letta come un flusso, o almeno come un montaggio di materiali eterogenei, il cui senso nasce dall'accostamento dei diversi suoni con i documenti, le immagini, le parole: un accostamento in parte studiato e suggerito da noi, in parte lasciato alla libera associazione mentale del visitatore.

I "suoni d'epoca", i materiali tratti dalle trasmissioni relative a differenti periodi storici, non coprono ovviamente l'intera tipologia dei documenti che la Mostra intreccia. Anche altri materiali sono stati usati al fine di rendere visibile la realtà del piú impalpabile tra i mezzi di comunicazione.
Prima di tutto gli oggetti. Tra gli oggetti prima di tutto i ricevitori. Nei ricevitori si documenta l'evolversi delle tecnologie, nei suoi sviluppi piú lenti e lineari come nelle grandi svolte: le prime radio a valvola, l'avvento della modulazione di frequenza, il passaggio al transistor. Nei ricevitori si documenta la trasformazione del design; e, quindi, del gusto e delle abitudini. Nel corso del tempo vediamo l'apparecchio ricevitore, di volta in volta, crescere in dimensioni; ma anche decrescere, farsi oggetto di arredamento, accompagnamento portatile, o addirittura ornamento personale; associarsi al fonografo, al giradischi, al televisore, al mangiacassette, al computer. L'evoluzione dell'apparecchio è parte essenziale – e probabilmente la piú visibile – di una "ecologia della radio", di una storia dei suoi rapporti con l'ambiente, di una storia sociale dell'ascolto.
La radio non *trasmette* immagini. Ma la radio, nella sua storia, ha *prodotto* immagini: e non soltanto le fotografie dei suoi divi e dei suoi principali eventi; non soltanto l'abbondante pubblicità dei suoi apparecchi e dei suoi programmi. Per pittori e vignettisti, per fotografi e cineasti, la radio è stata una sfida continua: proprio il mezzo che lasciava meno spazio alla vista sembrava suscitare, per effetto di contrasto o per bisogno di rassicurazione, un desiderio di rappresentazione visiva. Dalle immagini fortemente astratte dei futuristi al realismo dei pittori che nel 1936 concorsero al Premio Cremona con opere ispirate al tema "Ascoltando il duce alla radio"; dalle copertine del «Radiorario» e del «Radiocorriere» alla grafica pretenziosa ma suggestiva degli «Annuari Eiar» e della pubblicità della Rai nei primi anni '50; dai tentativi dei fotoamatori di fissare in qualche modo l'immagine dell'ascolto radiofonico, ai fotografi professionisti che molte volte hanno tentato di rendere l'atmosfera di un radiodramma o di una radiocronaca; al lavoro, infine, dei vignettisti tanto divertiti quanto, spesso, affascinati dalla radiomanìa. Tutte queste immagini vanno osservate non solo come ornamento o illustrazione, ma come parte integrante della storia sociale della radio. Queste immagini ci dicono come essa è stata percepita e rappresentata; ma anche quanto sconcerto abbia prodotto.
Altro genere di materiali che si integra nel flusso della Mostra è costituito da testi e documenti scritti. La radio, coronamento dell'oralità avviata dal fonografo e dal telefono, ha prodotto non solo parole parlate, ma anche parole scritte: dai documenti interni all'emittente, relativi ai rapporti tra l'ente e gli organi di Stato, al dibattito teorico sullo specifico radiofonico; dai testi delle trasmissioni ai resoconti giornalistici. L'accostamento tra documenti cosí diversi potrebbe prestarsi a comporre una di quelle "antologie di citazioni" teorizzate da Walter Benjamin come specifico mezzo di conoscenza del nostro tempo. Piú modestamente, abbiamo voluto mettere a confronto i materiali scritti, relativi soprattutto alle intenzioni e agli ordini degli organi di controllo sull'emittenza, con altri tipi di documentazione, anche al fine di verificare, di volta in volta, convergenze e scarti, capacità e incapacità del potere, politico e aziendale, di utilizzare il mezzo ai propri fini.
Infine, convinti che una mostra storica non debba raccontare solo "la" storia ma anche "delle" storie, abbiamo voluto lasciare spazio ad alcuni momenti di piú disteso racconto, alla narrazione dettagliata di vicende ed episodi che permettessero di comprendere ancora meglio le varie fasi dello sviluppo della radio, illustrate dal montaggio di materiali presenti negli espositori. Alcuni grandi pannelli sono dedicati a personaggi ed eventi significativi, ormai rimasti nella memoria collettiva: Mario Appelius e lo spettro, le radiocronache del Giro d'Italia, il divismo, ecc. Esempi, insieme a tanti altri, che oltre a permettere di documentare piú in profondità, come sotto una lente d'ingrandimento, il funzionamento effettivo, nelle varie fasi storiche, dell'emittenza, illustrano bene la stretta dialettica che si è stabilita, a partire almeno dai tardi anni '20, tra la Radio e la vita sociale del paese.

IL PERCORSO DELLA MOSTRA

Fin dal titolo, la Mostra «la Radio: storia di sessant'anni, 1924/1984», enuncia il suo intento: non una celebrazione, ma un racconto storico, la ricostruzione di un processo. Logica quindi la scelta di un'articolazione cronologica, fondata sulla sequenza di fasi successive. Preliminare all'elaborazione di un percorso conoscitivo è stata la definizione di una periodizzazione: che certo, si potrà discutere, ma che si fonda su un riesame complessivo della storia della radiofonia italiana.

Fin dal titolo, la Mostra chiarisce quale sia la storia che intende narrare: il rifiuto di una ricostruzione celebrativa e addomesticata, fatta soltanto di nomi celebri e programmi memorabili, il rifiuto insomma di un "com'eravamo" tutto interno all'azienda radiotelevisiva, non vuole tradursi in una generica riesposizione dell'intera storia italiana di un sessantennio con il pretesto della radio. Al centro della Mostra vi è, al contrario, la complessa, e storicamente originale dialettica tra la società italiana ed un mezzo di comunicazione per più versi rivoluzionario.

In ciascuna delle fasi, delle "stazioni" in cui, nel suo ordine cronologico, la Mostra si suddivide, si è quindi cercato di fare interagire, di mettere a confronto diversi punti di vista sul rapporto radio/società:

- le vicende dell'azienda concessionaria, con il formarsi, e il trasformarsi di specifiche professionalità radiofoniche;
- l'emergere e lo sviluppo di un settore industriale, quello dei costruttori di apparecchi radio e di attrezzature radiofoniche, non irrilevante nella storia dell'elettromeccanica italiana;
- i complessi rapporti tra la Radio ed il potere politico, in regime fascista prima, e poi in democrazia;
- l'universo dei programmi, i generi, i "palinsesti", che da sempre hanno cercato di dare ordine alle trasmissioni del primo mezzo "di flusso"; le figure, note e meno note, che si sono avvicendate ai microfoni, garantendo in vari modi un rapporto di fiducia tra un pubblico composito e massiccio, ed un mezzo che, per primo, penetrava senza mediazioni nella vita domestica;
- infine, il vero "oggetto misterioso" della storia della radiofonia, il pubblico appunto, con le sue abitudini e i suoi mutamenti, coi suoi gradimenti e i suoi malumori, indecifrabile e insieme determinante punto di riferimento della comunicazione radiofonica.

Costruita come un flusso, un accostamento di materiali eterogenei, la Mostra non assegna proprie priorità all'uno o all'altro di questi punti di vista: all'interno di ciascun periodo li accosta e cerca di metterli in relazione, lasciando che sia la mente del visitatore a valutare per proprio conto le priorità, le causalità, le contraddizioni.

Nel suo insieme, dopo una premessa (un grande pannello introduttivo) dedicata a Guglielmo Marconi, la Mostra è composta da dieci "stazioni", corrispondenti ad altrettanti periodi, intercalati con pannelli narrativi, che illustrano in profondità specifici momenti ed episodi di storia alla radio.

SENZA FILI

In apertura della Mostra, si è voluto dedicare alla figura di Marconi, più che una celebrazione, una riflessione. All'originalità della sua opera di **inventore**, dapprima nelle esperienze di Pontecchio, cui è principalmente legata la sua fama, poi negli ulteriori contributi dati (in tutto il corso della sua vita) allo sviluppo della radiofonia, si è accostato il suo quasi altrettanto rilevante, e altrettanto originale, ruolo di **imprenditore**: una figura di transizione tra il geniale artigianato (separato dalla ricerca scientifica propriamente detta, di un Edison) e le figure di scienziato-inventore tutte interne ai laboratori della grande industria, che avrebbero dominato il campo dopo la prima guerra mondiale. Non può essere dimenticato, del resto, che la peculiarità del Marconi imprenditore, oltre che inventore, ha condizionato a lungo i destini storici della sua "creatura". E d'altra parte, un terzo aspetto della figura storica di Marconi, la **leggenda** (una leggenda nata lui ancora vivente, anzi ancora molto giovane) ha avuto pure, soprattutto nel nostro Paese, un suo peso nelle vicende della radio: una leggenda coltivata non solo dal fascismo (cui non sfuggì mai l'immensa popolarità dell'inventore della radio, e la funzione legittimante che la sua adesione al regime poteva assumere all'interno e all'estero), ma anche da Marconi stesso, troppo lucidamente uomo del suo tempo per non rendersi conto di quanto il suo lavoro nel campo delle comunicazioni potesse essere condizionato, nel bene e nel male, dall'opinione pubblica. Ma la leggenda di Marconi, come tutti i monumenti creati dalla cultura di massa, va al di là delle specifiche intenzionalità di chi può averla, in questo o quel periodo, promossa o utilizzata. E dura, tuttora.

---

1. LA GRANDE STRADA DEI SUONI (1918-24)

Dal telegrafo senza fili inventato da Marconi alla "radio", quale oggi la conosciamo, mezzo di comunicazione a distanza, «grande strada dell'etere» (D. Sarnoff): il salto non è tanto di tecnologia, quanto di mentalità e di organizzazione sociale. Una tappa essenziale del processo è **l'uso della radio nella prima guerra mondiale**: dove le stazioni di telegrafia e telefonia senza fili assumono una funzione essenziale non solo sul mare, ma anche nei combattimenti terrestri; al tempo stesso che l'emergere del problema politico del "fronte interno", del morale delle nazioni, dell'efficacia della propaganda come vera e propria arma di guerra, favoriscono l'interesse dei governi per lo sviluppo tecnico nel settore delle comunicazioni. Il passaggio dalla telegrafia senza fili alla **radiodiffusione** matura negli anni immediatamente successivi alla guerra. E due sono **i grandi modelli di radiodiffusione** emergenti: quello britannico, che si estenderà poi a tutte le potenze europee, cioè a tutti i paesi che hanno sperimentato fisicamente il conflitto, è basato sul monopolio e sul controllo statale, mentre quello americano è fondato sulla libera concorrenza, sulla proprietà privata, sulla vendita di spazi pubblicitari.

In Italia, la radio ha, curiosamente, una sua **preistoria**, nelle vicende dell'Araldo Telefonico, una rete di informazioni via telefono attiva fin dal 1910 a Roma e poi in altre città. Nonostante l'interesse di Marconi per lo sviluppo della radiofonia nel suo paese di nascita, l'avvio della radiodiffusione vera e propria è lento: **lo scontro per le concessioni** sul diritto all'emissione via etere è lungo ed accidentato, e si conclude solo nel 1924. D'altra parte, il regime neonato appare più interessato, per ora, ad evitare che il nuovo mezzo possa essere utilizzato da forze incontrollate, che ad impostare una propria politica radiofonica. Il curioso incidente che accompagna il primo esperimento in questo senso, **il discorso di Mussolini al teatro Costanzi** (appena il capo del governo prende la parola l'emissione si fa incomprensibile) sarebbe rimasto a lungo, secondo molti aneddoti forse non infondati, causa di diffidenza del dittatore verso la radio.

---

2. LA SCATOLA MAGICA (1924-27)

Con la mediazione decisiva del ministro delle comunicazioni, Costanzo Ciano, si forma anche in Italia, nell'estate del 1924, **la prima società concessionaria della radiodiffusione, l'Uri** (Unione Radiofonica Italiana), sorta dall'accordo tra le maggiori compagnie del settore. **Il primo presidente, Enrico Marchesi**, è un tecnico, già alto dirigente Fiat e pioniere di quella che sarebbe stata la successiva "piemontesizzazione"

della radiofonia italiana. Il **6 ottobre 1924, giornata inaugurale**, si può misurare, in un programma ancora scarno e raccogliticcio, la sproporzione tra le potenzialità del nuovo mezzo e le realizzazioni. D'altra parte, nelle occasioni celebrative piú rilevanti, il regime dimostra già la volontà di appropriarsi della radio e rivoluziona la monotonia dei programmi con la trasmissione in diretta dei discorsi del duce e delle grandi parate. Ma per ora, non è tanto la radio come apparecchio domestico che interessa il fascismo, quanto la sua capacità di sintonizzare gli altoparlanti (o "altisonanti", secondo la parola del tempo) collocati nelle piazze: la priorità agli ascolti collettivi su quelli domestici sarebbe del resto rimasta a lungo tipica della radiofonia fascista. Nel 1926, un'occasione particolarmente celebrata di uso politico del mezzo è data dal **discorso per la battaglia del grano**.

Il pubblico della Radio italiana delle origini è nel complesso assai ristretto. Vi sono, naturalmente, ragioni economiche. Ma non solo: in tutta questa prima fase, la radio sembra interessare soprattutto a una fascia di appassionati, per i quali la tecnica è di gran lunga piú importante che non i programmi. La **radiomania** resterà essenziale nella storia dell'industria radiofonica (è dalle leve dei "radiodilettanti" che emergeranno diversi dei primi imprenditori del settore) e durerà a lungo, estendendosi dalla media e alta borghesia, interessata soprattutto in quei primi anni, verso il proletariato. Tra quei primi appassionati si formano diverse, attive **associazioni** in concorrenza tra loro. Normale, quindi, per un regime come quello fascista, il bisogno di "mettere ordine" che porterà, di fatto, alla nascita di un monopolio anche in questo campo, con un'associazione ufficiosa (l'Ari) nata nel 1927.

PANNELLO: LE PRIME MOSTRE NAZIONALI DELLA RADIO, 1929-1931

---

3. LA PAROLA ELETTRICA (1928-34)

La **nascita dell'Eiar**, la concessionaria che prende il posto dell'Uri, e l'acquisizione di una partecipazione di maggioranza da parte della potente finanziaria piemontese, la Sip, segnano il vero lancio della radiofonia in Italia, anche dal punto di vista dell'attenzione ad essa dedicata dal regime. La parola d'ordine **creare in Italia una coscienza radiofonica** viene seguíta da un'ampia campagna promozionale, di cui sono aspetti essenziali da un lato l'organizzazione dell'ascolto collettivo (cui si dedica soprattutto l'Ente Radiorurale), dall'altro l'azione dei «Pionieri dell'EIAR». **L'industria degli apparecchi** (nella quale emerge, a partire dal 1930, il nuovo colosso Radiomarelli) conosce in questa fase il primo autentico boom; e le mostre nazionali della radio, a partire dal 1929, forniranno la prova sia della buona salute del settore, sia dello stretto rapporto tra le aziende che ne fanno parte e il regime. La radio attira, anche, l'attenzione, e **il dibattito degli intellettuali**, in particolare dei futuristi, dai quali vengono proposte suggestive e spesso lucide. Ma gli esperimenti di un Marinetti e le prime prove innovative di teatro radiofonico restano un aspetto minoritario e marginale in confronto all'insieme della programmazione.

La radio si propone soprattutto come medium casalingo, come **ausilio al focolare domestico**. Al di là delle trasmissioni piú propriamente politiche, l'insieme della programmazione è tradizionale e rassicurante. La prima fascia del pubblico cui si dedica una specifica attenzione sono i bambini: **l'infanzia è il primo "target" della Radio italiana**, sia a scuola (le trasmissioni scolastiche per l'ascolto collettivo) sia a casa, nei vari «cantucci dei bambini» pomeridiani. Per favorire il rapporto con l'insieme del pubblico, l'Eiar cerca di aggiornare i propri strumenti: da un lato, con la nascita dei primi fenomeni di **divismo** radiofonico, dall'altro con il potenziamento della stampa aziendale (a partire dal 1930, la rivista settimanale dell'Eiar, il «Radiocorriere», si propone come giornale di varietà, non solo come bollettino dei programmi). Un altro fatto promozionale rilevante sono gli **autoraduni**: non tanto per il numero, quasi irrisorio, delle persone direttamente coinvolte, quanto per il legame simbolico che per questa via si stabilisce tra due simboli del progresso, la radio e l'automobile.

PANNELLO: NAZIONE E REGIONI NELLA RADIO FASCISTA

4-5. LA FOLLA DOMESTICA (1935-40)

Nel 1936, il Premio Cremona di pittura assegna come tema ai concorrenti: **Ascoltando un discorso del duce alla radio**. È una scelta significativa dell'importanza che la radio sta acquisendo nella vita nazionale, e del ruolo politico, concreto e simbolico, che il fascismo le attribuisce. Attraverso la **macchina dell'attenzione** (una definizione dell'epoca) si cerca di fare dell'intero paese «un colossale arengo» per la parola del duce, come dichiara, nel 1939, il direttore generale dell'Eiar, R. Chiodelli: attraverso la mediazione delle organizzazioni di massa del regime (dal dopolavoro all'Opera Nazionale Balilla), oppure attraverso la penetrazione immediata del messaggio propagandistico nelle mura domestiche. Atomizzata e fedele, la folla domestica sintonizzata dalla radio è, o dovrebbe essere, piú controllabile di qualunque piazza. Con questa massa, il regime comunica attraverso le parole di Mussolini, attraverso le cerimonie, ma anche attraverso un condizionamento quotidiano: le rubriche di commento, e soprattutto le **rubriche giornalistiche**. La guerra, a cominciare dall'Etiopia, è ormai un vero e proprio "genere radiofonico", fatto di cronache, bollettini-flash, sceneggiati: l'informazione, il racconto, la suspense, si intrecciano in stretto parallelo con un altro genere in crescita, la radiocronaca sportiva.

D'altra parte, lo sviluppo della radio è anche largamente spontaneo: legato all'abbassamento dei prezzi, ma soprattutto al piú generale formarsi di una **cultura di massa**, fatta di film, rotocalchi, fumetti, canzoni, nella quale la radio si inserisce con una funzione di punta. Se è vero che nel flusso radiofonico il divismo, le canzoni, gli stessi "servizi" apparentemente piú anodini, come il **segnale orario**, servono a veicolare i messaggi piú direttamente politici, è anche vero però che l'ascolto della radio in questi anni prepara la strada a trasformazioni meno prevedibili e volute, ma forse piú durature: in primo luogo, l'emergere di una specifica cultura adolescenziale. Della cultura di massa radiofonica, **I Quattro Moschettieri** di Nizza e Morbelli costituiscono il primo vero "fenomeno": un fenomeno, come si dice oggi, "multimediale", che dalla radio si irraggerà all'editoria, ai dischi, al cinema, oltre alle figurine. Ma maturano anche altri generi, in primo luogo un **teatro** spesso innovativo e di buon livello. **L'ascolto delle radio straniere** resta per ora un fatto ristretto e minoritario; ma il regime, lucidamente, se ne preoccupa.

PANNELLO (CON COMPUTER): IL REFERENDUM EIAR, 1940
PANNELLO: RADIO ITALIANE ALL'ESTERO

6-7. VOCI IN GUERRA (1941-46)

Se nei primi anni della guerra il ricorso alle tecniche già sperimentate per l'Etiopia e la Spagna può apparire rassicurante per il regime, già dal 1941 trapelano forme di nervosismo, di cui il sintomo piú noto è la celebre vicenda di Appelius e dello spettro. Ma è con **il black-out dell'8 settembre** che ha inizio la fase piú drammatica della storia della Radio italiana. Il silenzio degli ap-

parecchi dimostra piú eloquentemente di qualsiasi messaggio, ad un paese in ansiosa attesa, l'importanza che la radio ha assunto nella sua vita. Al black-out segue, quasi subito, la Babele: da una parte **l'Eiar repubblichina**, coadiuvata (non sempre armoniosamente) dalle trasmissioni in italiano dei comandi germanici; dall'altra parte la voce di **Radio Londra**, già molto ascoltata nei primi anni di guerra, e ora riferimento essenziale e di massa; e poi **il servizio radiofonico dell'Italia liberata**, Radio Bari, poi Radio Napoli e Radio Roma, la neonata Rai, che si troverà, a far fronte, come primo essenziale problema, oltre al sostegno alle forze partigiane ed alleate nel nord, alle spaventose **devastazioni della rete radiofonica**.

Lo scontro tra queste emittenti non è solo il contrapporsi di linee propagandistiche differenti. Nella seconda guerra mondiale, la prima guerra nella quale le case in quanto tali sono obiettivo militare, la possibilità di raccogliere informazioni attraverso il mezzo domestico, la radio, diviene una necessità vitale. Le emittenti bombardano di propaganda i propri ed altrui "fronti interni", ma la gente chiede alla radio soprattutto informazioni, da cui dipendono le sue piú elementari condizioni di vita, la stessa sopravvivenza. I criteri di valutazione della credibilità delle emittenti cambiano, rispetto al decennio precedente, in profondità: chi (come l'Eiar di Salò) continua in questa situazione a fare affidamento sui vecchi strumenti, sulle tecniche propagandistiche di quando la guerra si combatteva in terre lontane, avrà ben presto ben poca credibilità da salvare. La guerra delle voci è forse la prima, cronologicamente, tra le guerre perdute in Italia dal nazifascismo.

PANNELLO: MARIO APPELIUS E LO SPETTRO.

---

8. RADIO AUDIZIONI ITALIA (1946-53)

È al dopoguerra, al periodo compreso tra la **ricostruzione degli impianti** e l'avvento della Tv, che risale il primo autentico boom radiofonico italiano. **La Rai**, l'azienda che fornisce i programmi a questo nuovo pubblico, ora davvero "di massa", è per molti versi la continuazione della vecchia Eiar: da un lato, la regolamentazione giuridica, le strutture e parte della stessa dirigenza, rimangono immutate; dall'altro rimane, e si rafforza, il carattere di "corpo separato" dell'azienda rispetto al complesso dell'industria culturale italiana (il cinema, ma anche l'editoria). Ma la Radio, in questi anni, cambia: per decisione della dirigenza (la **ristrutturazione dei programmi** del 1951, preceduta, l'anno prima, dal varo della rete culturale, il **Terzo Programma**); ma anche, forse ancor di piú, per l'emergere di nuove leve, soprattutto tra i giornalisti, formatesi anche nell'esperienza della liberazione, in parte arrivate alla radio nel dopoguerra. Si può, ora, cominciare a parlare di **un nuovo modo di fare giornalismo alla radio**, favorito tra l'altro dai nuovi strumenti di registrazione sonora, pur se a volte ostacolato anche all'interno dell'azienda (come aveva dimostrato, già nel 1945, la vicenda delle dimissioni di Corrado Alvaro).

La nuova organizzazione dei programmi risponde, da un lato, al desiderio della dirigenza di rilanciare il mezzo anche nelle sue possibilità innovative e "culturali" (al Terzo si affianca, fin dal 1949, il Premio Italia di radiofonia, poi di radio-televisione); dall'altro, all'emergere, all'interno del pubblico di massa, di **fasce di ascolto differenziato**. In generale, comunque, la radio tende ancora a fare appello a forme di richiamo massiccio ed omogeneo: con i nuovi generi, come i quiz; con la grande popolarità delle radiocronache di calcio, ed in particolare di ciclismo; con la **musica leggera**, i suoi divi, i suoi eventi, primo fra tutti quell'evento originariamente tutto radiofonico che è il Festival di Sanremo. A questo pubblico in parte nuovo, ma ancora nell'insieme percepito come realtà omogenea e massificata, si rivolge una **campagna promozionale** diversa nei toni e negli stili, ma non nell'intensità, rispetto a quella degli anni '30.

PANNELLO: LA RADIO E IL GIRO D'ITALIA.
PANNELLO: LA CANZONE NAPOLETANA ALLA RADIO.

---

9. ALL'OMBRA DELLA GRANDE SORELLA (1954-65)

Prima del 1954, la Tv aveva già a lungo accompagnato la storia della radiodiffusione, in Italia come in tutto il mondo. Le **trasmissioni sperimentali** del 1938-39 avevano riguardato ancora poche centinaia di apparecchi: nulla di paragonabile al relativamente esteso sistema televisivo sviluppato in Gran Bretagna nello stesso periodo. Ma fin dall'immediato dopoguerra, l'apparato radiofonico italiano si prepara con cura alla "svolta" televisiva. Tra la radio e la Tv, ancor piú che tra il cinema e la Tv, i nessi sono strettissimi: non a caso, quasi ovunque il nuovo mezzo si inserisce direttamente, e senza troppe scosse, nelle aziende nate per la radio; ne eredita la normativa, ne imita i generi, ne assorbe, spesso, i divi. Se il cinema si sente minacciato dalla Tv, per la radio il discorso è diverso: la Tv sembra proporsene come il logico completamento, oltre che come il successore. All'interno dell'**azienda Rai**, come in tutte le principali aziende del mondo nel settore, al nuovo mezzo è riconosciuta quasi subito una priorità decisiva; e le risorse destinate alla radio cominciano a ridursi rispetto all'insieme delle risorse aziendali.

Ma all'ombra della grande sorella minore, e nonostante le pessimistiche previsioni diffuse all'interno come all'esterno dell'azienda, la radio non solo non scompare, ma conosce cambiamenti profondi, tendenzialmente rivoluzionari. Se la prima serata è ormai televisiva, la radio invade **nuove fasce orarie**: l'orario di ascolto coincide ormai del tutto con l'orario di vita, ore di lavoro e ore notturne (il "Notturno dall'Italia") incluse. D'altra parte, se la Tv è ormai il vero mezzo "di massa", la radio può, anzi deve, accentuare la **differenziazione interna**, da un lato con il potenziamento delle sue funzioni culturali, dall'altro con il prestare ascolto piú consapevolmente alle esigenze dei suoi pubblici piú significativi: casalinghe e giovani. Il **palinsesto**, che si adatta ormai anche alla concorrenza dei programmi Tv, è lo specchio di questa crescente differenziazione.

PANNELLO: IL DIVISMO RADIOFONICO.
PANNELLO: RISATE NAPOLETANE.

---

10. LA VOCE TASCABILE (1966-74)

Due sviluppi tecnologici, avviati nei decenni precedenti ma giunti a diffusione di massa nel corso degli anni '60, coronano il peculiare sviluppo della radio, da medium di massa per eccellenza a primo mezzo per pubblici differenziati, che prefigura lo sviluppo complessivo del sistema delle comunicazioni in questo scorcio di secolo. Da un lato, **la filodiffusione**, che fa della radio un'autentica colonna sonora "d'ambiente" (domestico e non) completa una delle piú sconvolgenti e meno notate rivoluzioni contemporanee, quella che ha fatto della musica, da oggetto di fruizione raro e rituale, un accompagnamento costante dell'esistenza. Il carattere di flusso relativamente indistinto del mezzo, particolarmente evidente nel caso della filodiffusione, è comunque evidente anche negli altri suoi usi: la radio deve adeguarsi ad un ascolto continuo e spesso distratto. Anche per effetto dell'altra grande innovazione tecnologica, quella legata al **transistor**: la radio ci ac-

compagna ovunque, non solo sull'auto ma in qualsiasi spostamento: non ha piú un luogo definito, si sposta nelle varie stanze della casa, ed all'esterno.
Anche a livello simbolico, al mezzo di comunicazione domestico, che è ora la Tv, si contrappone un intero universo di media "separati", generazionali, o semplicemente individuali: dal giradischi e dal mangiacassette, al volantino e al manifesto serigrafato dei piú politicizzati, alla radio appunto. Nell'emergente **cultura giovanile**, che è oltretutto incentrata sui suoni, la radio è oggetto di un peculiare intreccio di amore-odio. Ascoltata, "piratata", boicottata: nel maggio parigino, al manifesto "Attenzione, la radio mente", fa riscontro l'immagine dei manifestanti che si tengono in contatto tramite le radioline. Ed è, del resto, nella cultura giovanile che cresce **il fenomeno dei CB**. Di questa nuova composizione del pubblico si fanno eco, in varia forma, **i nuovi generi**: dal nonsense di "Alto gradimento" ai tentativi di una radio "piú partecipativa", fino al caso di "Chiamate Roma 3131".

PANNELLO: LA MUSICA NELL'ETERE LE ORCHESTRE SINFONICHE RAI.

---

11. RESTATE IN ASCOLTO (1975-1984)

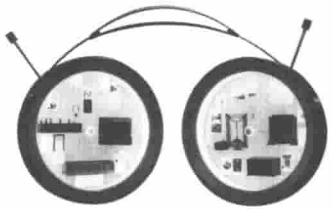
La **riforma della Rai** del 1975, le sentenze della Corte Costituzionale del 1974 e (soprattutto) del 1976 hanno cambiato in profondità, e in pochi anni, la radiofonia italiana, in un periodo nel quale, oltre tutto, l'intero sistema mondiale delle comunicazioni sta attraversando una trasformazione forse senza precedenti. Con la riforma, il pluralismo di reti e testate permette per la prima volta il superamento del tradizionale centralismo dell'azienda, e apre la strada, almeno per una fase, ad uno sforzo di rinnovamento. Contemporaneamente, la **libertà d'antenna** fa sorgere centinaia di stazioni in pochi anni, al punto che il nostro paese diviene «primatista mondiale» nel rapporto numero di stazioni/numero di abitanti. Ma la parabola delle "radio private", salvo naturalmente alcune eccezioni, si consuma piú rapidamente del previsto: mentre la tendenza della Tv a sostituire in tutto e per tutto la radio (orari, modalità di ascolto, fruizione della musica, la stessa tendenza a fasce differenziate di ascolto) pone la radiofonia di fronte ad una delle piú importanti, ed incerte sfide della sua storia. Si fanno strada forme inédite di ascolto (a cominciare dalla **cuffia**, che accentua l'isolamento individuale dell'ascoltatore al tempo stesso che lo lega, come un cordone ombelicale, alla "sua" stazione in ogni possibile momento di vita), ma contemporaneamente l'ascolto nel suo insieme conosce un innegabile declino.
Una possibile risposta parziale sul futuro della radio può venire dalle **nuove tecnologie**, che in parte associano la radiofonia alle tecniche elettroniche-informatiche, in parte a quelle "via cavo", e che in generale fanno della radio soprattutto un mezzo per la fruizione dei "servizi". Ma certo, il futuro della radio è legato soprattutto alla sua capacità di inventare un nuovo rapporto con il pubblico, come è accaduto nelle due prime grandi svolte della sua storia, quella degli anni '20 e quella degli anni '50.

---

12. UNO, DUE, TRE...

La radiofonia Rai oggi: reti, testate, servizi, nel presente e nel futuro di un mezzo rinnovato da trasformazioni tecnologiche di straordinaria portata.

Il percorso è completato dalla documentazione approfondita sul rapporto che si è, nel corso di quasi un secolo, stabilito fra la radio e un'altra invenzione sua coetanea: l'auto.
«Macchine per viaggiare, la radio e l'automobile» racconta, in quattro momenti, le vicende di questo rapporto: dalle origini dei due mezzi, allo sviluppo dell'autoradio, ai servigi innumerevoli resi dalle postazioni mobili alla informazione radiofonica, fino alle nuove tecnologie che fanno della radio strumento indispensabile dell'automobilista.



FRANCO SORESINI

DA MARCONI AL TRANSISTOR: L'EVOLUZIONE DELLA TECNICA RADIOFONICA NEL PERCORSO DELLA MOSTRA

Accanto agli aspetti sociali, culturali, politici dello sviluppo storico della radiofonia, la Mostra dedicata a "La Radio ieri oggi domani" vuol riconoscere il giusto rilievo anche all'evoluzione della tecnologia in questo settore: dalle scoperte essenziali, che hanno a piú riprese rivoluzionato il concetto stesso della comunicazione a distanza, agli sviluppi tecnici della trasmissione sulle diverse lunghezze d'onda, fino alle successive trasformazioni (tecniche, ma anche sociali ed estetiche) di quegli apparecchi ricevitori che, per tutti, sono stati e sono tuttora "la radio" per antonomasia.

Si è quindi scelto di dedicare un breve preambolo al periodo 1896-1910, dai primi esperimenti di Marconi fino agli esperimenti di radiotelefonia di Quirino Majorana, che tra i primi dimostrò la possibilità di un uso dell'"etere" come via di comunicazione diretta di nomi e parole.

Siamo nel 1910: è di quel periodo l'affermarsi dei primi tubi elettronici (o "valvole" come venivano allora definiti) ad opera di Ambrose Fleming, inventore del diodo, e di Lee Deforest, inventore del triodo (audion). È soltanto dopo l'avvento dei tubi elettronici per la rivelazione, l'amplificazione e la generazione di correnti a radiofrequenza, che la radiotecnica acquista la sua definitiva soluzione.

Con la guerra mondiale (1915-1918), la spinta sotto l'impellente necessità contingente, determina uno sviluppo impensato della radiotecnica.

Il suo utilizzo, anche in campo navale ed aeronautico, porta a sistemi di radiogoniometria e di radioassistenza alla navigazione che determineranno il successivo sviluppo di collegamenti aerei a lunga distanza.

L'esperienza acquisita e la dovizia di mezzi tecnici oramai a disposizione, spinge molti ad occuparsi di radiotecnica per diletto; nascono – cosí – le prime associazioni di radioamatori che, solo inizialmente, però, sono tutt'uno con gli appassionati della radiodiffusione (broadcasting) che, dal 1920, inizia, su piano mondiale, la sua attività, dapprima sperimentale e poi, visto l'enorme successo, in maniera organizzata.

La "radiomania" si espande in modo vertiginoso e diviene un fenomeno sociale che determina un nuovissimo indirizzo industriale per soddisfare le richieste di un pubblico sempre piú numeroso ed esigente.

La mostra si sofferma, piú in dettaglio, su questo scenario.

L'apparecchio radiofonico (o, in breve, la "radio") segue due indirizzi: quello semplice ed economico della radio a cristallo (solitamente di "galena") e quello piú sofisticato e costoso della radio a valvole.

Ovviamente, i risultati pratici sono ben diversi: con la "galena" la audizione avviene soltanto a mezzo della cuffia telefonica (che è il leitmotif della mostra), mentre con le valvole, l'audizione può avvenire con l'altoparlante.

La struttura dei primi apparecchi era un po' macchinosa e si avvicinava a quella degli strumenti scientifici da laboratorio: i componenti dei circuiti radioelettrici erano macroscopici, discreti, indipendenti, e le interconnessioni erano di tipo "volante".

Un primo miglioramento strutturale si ha negli anni '20 con una composizione a blocchi: l'apparecchio radio vero e proprio, l'altoparlante, l'antenna, solitamente a forma di arcolaio, le batterie di accumulatori e di pile per l'alimentazione delle valvole.

La difficile manutenzione degli accumulatori e delle pile, spinse ben presto all'uso di alimentatori inseribili sulla rete di distribuzione elettrica casalinga.

Ma molti, a quel tempo, erano – ancora – i paesi sprovvisti di energia elettrica che, oltretutto, poteva variare da luogo a luogo entro una ampia gamma di valori (110, 125, 160, 220, 280 Volt) ed essere per lo piú alternata a 42 o a 50 periodi ed, in certi casi, anche continua a 110 Volt.

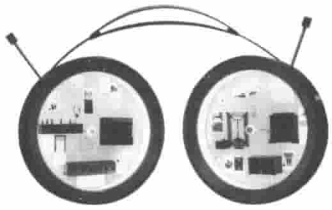
Frattanto, era progredita anche la tecnologia delle valvole: i tipi detti a "riscaldamento indiretto" permisero la facile accensione a corrente alternata; l'aggiunta, al triodo, di altri elettrodi portò alla realizzazione di "tetrodi schermati", di "pentodi", di valvole multiple, con la possibilità di circuiti sempre piú sofisticati.

Dagli apparecchi minimi ad una valvola "in reazione", si passava a quelli ad amplificazione diretta, alla "neutrodina", e a quelli a cambiamento di frequenza di cui la "supereterodina" è la piú prestigiosa applicazione che, alla fine, si attestò come circuito tipico della radio, per le doti di sensibilità, selettività, e la possibilità di "comando unico", mentre i primi apparecchi erano spaventosamente ricchi di manopole, commutatori, pulsanti e via dicendo.

Agli inizi degli anni '30, la radio, anche se alimentata dalla rete di distribuzione dell'e-

nergia elettrica, è ancora un... 2 pezzi: l'apparecchio vero e proprio (a forma di cofano, scatola, scrigno, pannello) e l'altoparlante a tromba, od il diffusore a cono.
Immediatamente dopo, il tutto viene ad essere montato in un unico mobile che assume il ruolo di arredo domestico.
Il fonografo si mette in pace con la radio, sfruttandone le doti di amplificazione acustica, e si realizzano i primi radio-grammofoni a consolle.
L'installazione di sempre piú potenti stazioni radiodiffonditrici, e la facilità di ascolto della radio, ne determinano una notevole diffusione.
L'accordo sulle stazioni si attuava, ancora, ruotando una scala numerica ma, col 1933, viene in uso la "scala parlante".
Un sottile indice si sposta su una piú o meno ampia finestra sul cui vetro, illuminato dal retro, appaiono i nomi delle stazioni radiodiffonditrici.
La gamma di ricezione era quella delle onde medie soltanto.
Il 1935 comporta, però, una svolta importante: viene consentito l'uso delle onde corte e la loro ricezione determina una maggior complessità costruttiva degli apparecchi che divengono "plurigamma", con possibilità di ricezione, su gli apparecchi piú sofisticati, da 10 a 2000 metri di lunghezza d'onda.
Il periodo 1936-1940 vede l'apogeo della radio diffusione con realizzazioni famose come il "Telesinto" della Phonola, a 18 valvole, od i prestigiosi Imcaradio "multigamma" con una ampia scelta di opzioni.
Poco prima degli anni '40, iniziano i primi timidi esperimenti di radiovisione.
Roma e Milano, nel 1938, hanno già le loro stazioni televisive sperimentali.
Col 1940, tutto si blocca.
La radio riveste, per lunghi cinque anni, la divisa militare.
Cosí, come durante il primo conflitto mondiale, la tecnologia progredisce vertiginosamente sotto la spinta delle necessità.
Alla fine del conflitto, nel 1945, ci troviamo agli inizi dell'era elettronica, basti pensare al radar, ai ponti radio, ai calcolatori elettronici.
Nel 1948, la svolta decisiva, l'invenzione dei "transistors".
Il mondo dei semiconduttori va, via, via, eliminando l'uso delle valvole, divenute oggetto da museo.
La visita alla Mostra induce a formulare un augurio: che il materiale presentato, e quello che si trova da tempo raccolto, non vada disperso ma venga a costituire la base di un museo della radio.

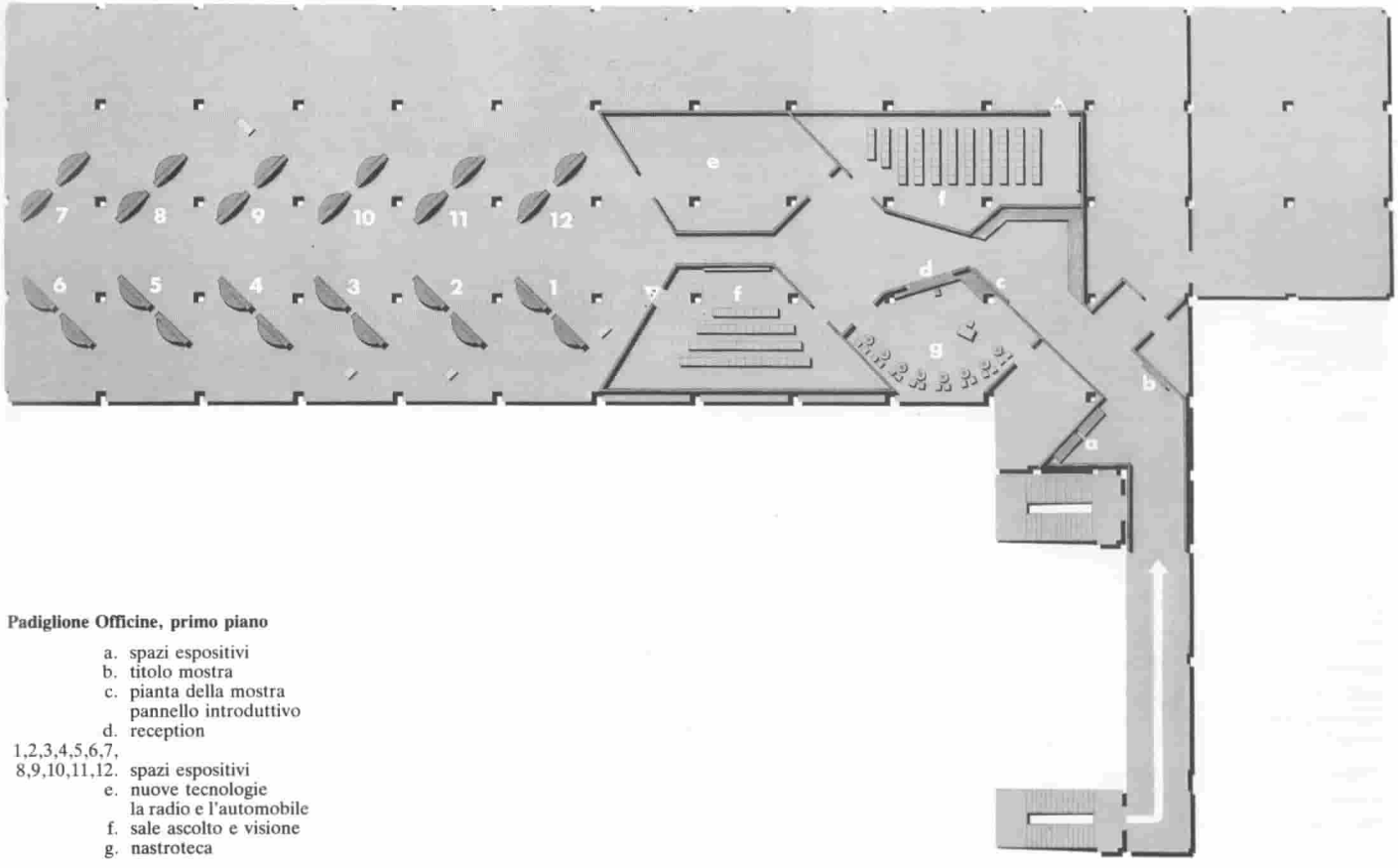
G. Marconi, con G. Kemp, nel corso di un esperimento a Poldhu (Cornovaglia, 1905).
Marconi, a bordo della nave Elettra ancorata a Genova, invia impulsi che accendono le lampade del Municipio di Sydney, in Australia. È il 26 marzo 1930.
La salma di Marconi esposta nei locali dell'Accademia d'Italia (luglio 1937).



ACHILLE CASTIGLIONI
GIANFRANCO CAVAGLIÀ
CARATTERISTICHE DELLA MOSTRA

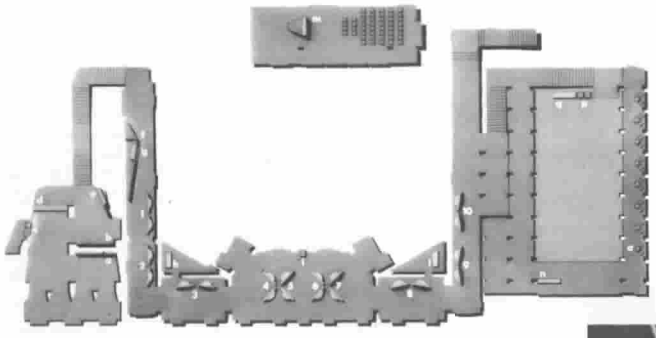
Questo allestimento che ha avuto la sua prima sede nel dicembre 1984 nell'Auditorium della Rai di Torino, è stato progettato per rispondere alla richiesta di realizzare una mostra itinerante.
Il componente principale di progettazione è stato individuato nell'"ascolto via radio". Ciascun visitatore era fornito di una cuffia radioricevente per l'ascolto, su canali differenziati, di registrazioni (trasmesse su diverse lunghezze d'onda) corrispondenti ai temi esposti secondo la successione cronologica dell'ordinamento.
Tale ordinamento prevedeva una successione di immagini, testi, documenti, cimeli raggruppati in stazioni temporali corrispondenti all'evoluzione tecnologica e sociale della storia della radiofonia italiana.

La sintonizzazione dell'ascolto radiofonico avveniva in corrispondenza di ogni singola stazione i cui elementi erano raccolti in contenitori espositivi a forma di cuffia ingrandita.
Questi espositori, in quanto oggetti autonomi, hanno consentito il facile inserimento in spazi architettonici tra loro molto diversi.
L'allestimento di questa mostra dopo la prima sede nel foyer e nei corridoi dell'Auditorium è passata nella navata di una chiesa, nel padiglione di una fiera, sul palcoscenico di un teatro, negli spazi di una fabbrica.
Per la grande affluenza di pubblico, in successive edizioni, non è stato possibile mantenere la distribuzione delle cuffie riceventi per l'ascolto individuale del sonoro, per cui questo veniva diffuso in corrispondenza di ogni singola stazione da due altoparlanti.
Nelle diverse sedi si sono resi necessari interventi di allestimento per la presentazione di attività collaterali che si sono sviluppate di volta in volta: nastroteca, radio amatori, nuove tecnologie, sale proiezioni, sale ascolto.

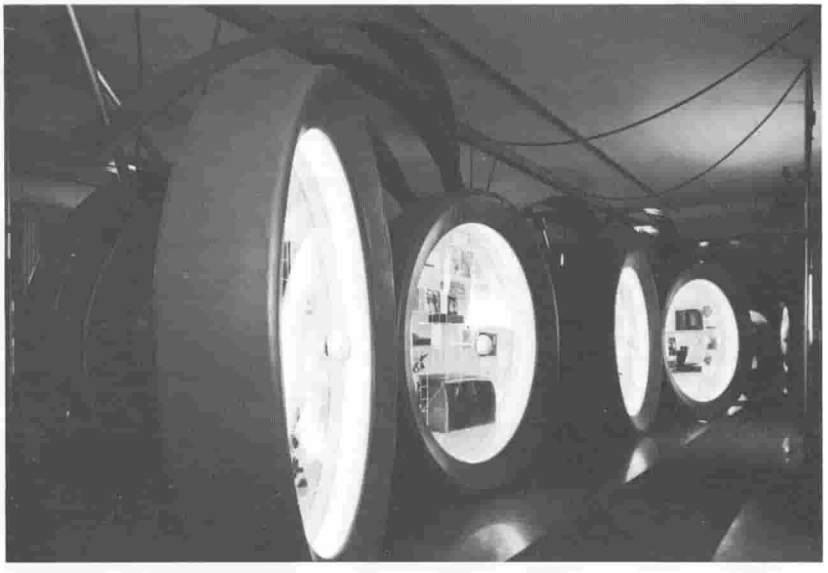


Padiglione Officine, primo piano

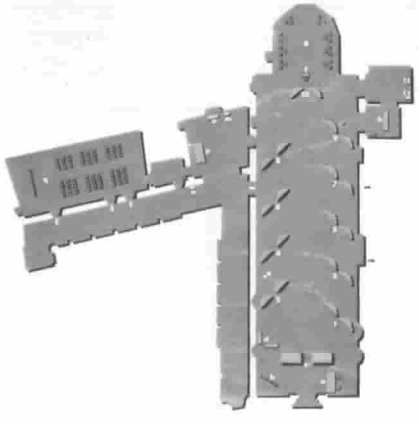
a. spazi espositivi
b. titolo mostra
c. pianta della mostra
pannello introduttivo
d. reception
1,2,3,4,5,6,7,
8,9,10,11,12. spazi espositivi
e. nuove tecnologie
la radio e l'automobile
f. sale ascolto e visione
g. nastroteca

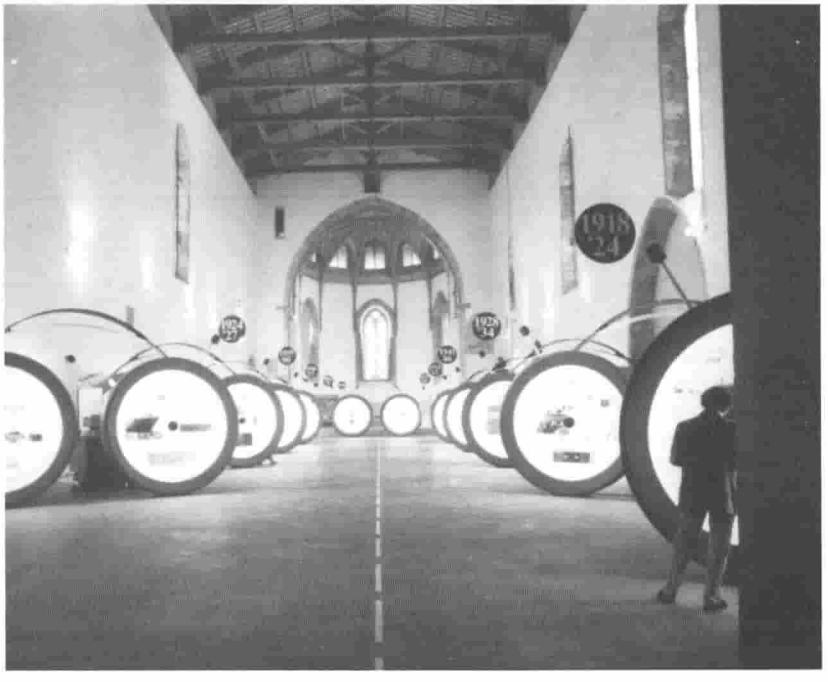


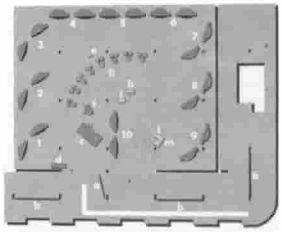
Torino. Auditorium RAI dall'11.12.84.



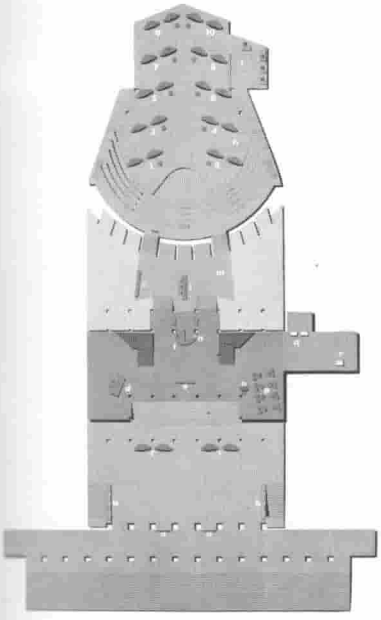
Spoleto. Chiesa S. Nicolò dal 25.06.85.



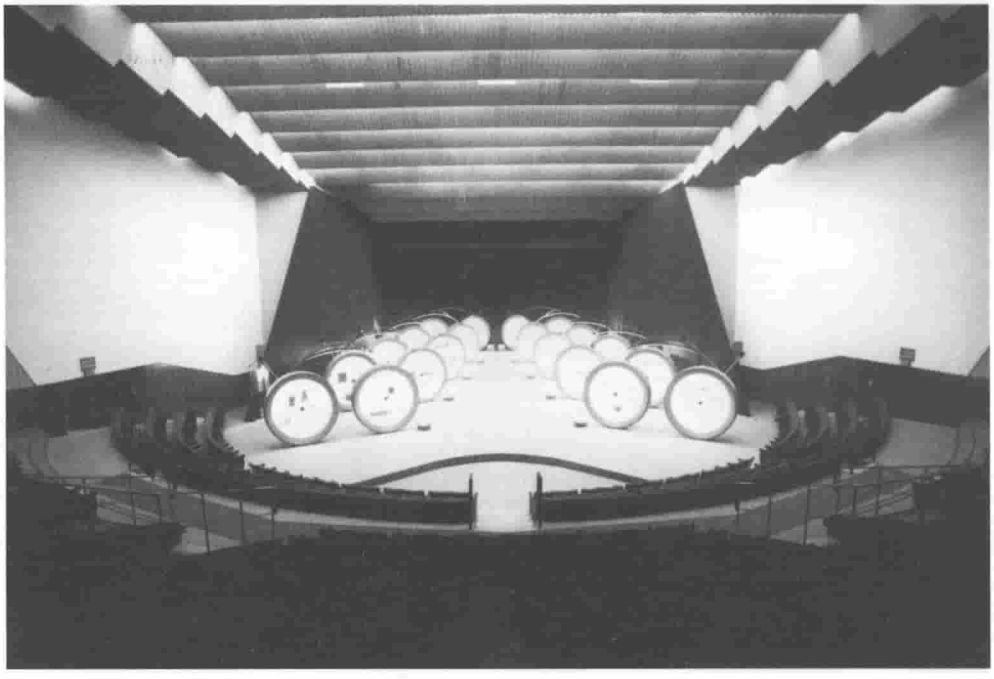




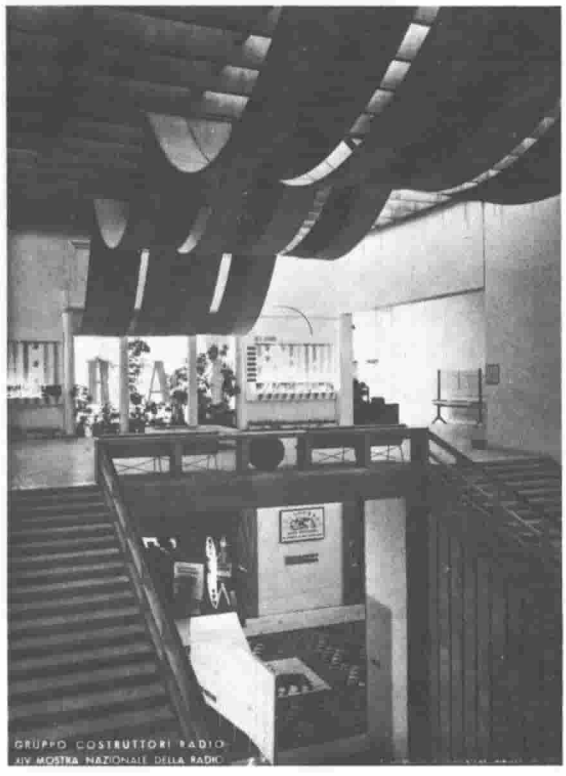
Bari. 49ª Fiera del Levante Centro Direzionale dal 06.09.85.

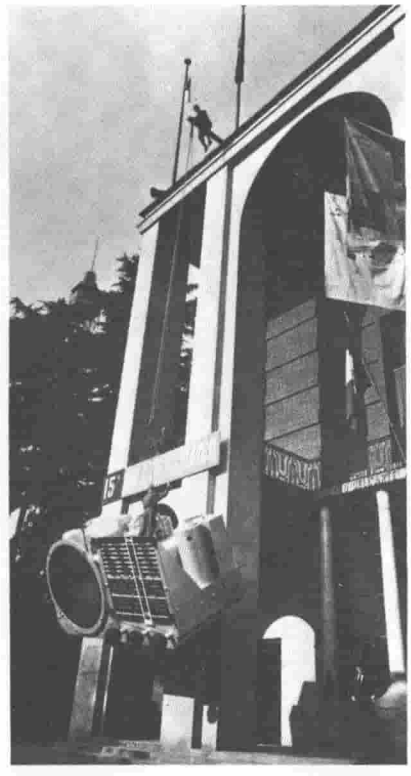


Napoli. Ente Autonomo Mostra d'Oltremare. Teatro Mediterraneo dal 01.12.85.



La collaborazione Castiglioni all'immagine Rai si può dire ormai quarantennale. Le immagini qui riportate rappresentano tipici interventi realizzati in occasioni di pubbliche manifestazioni.

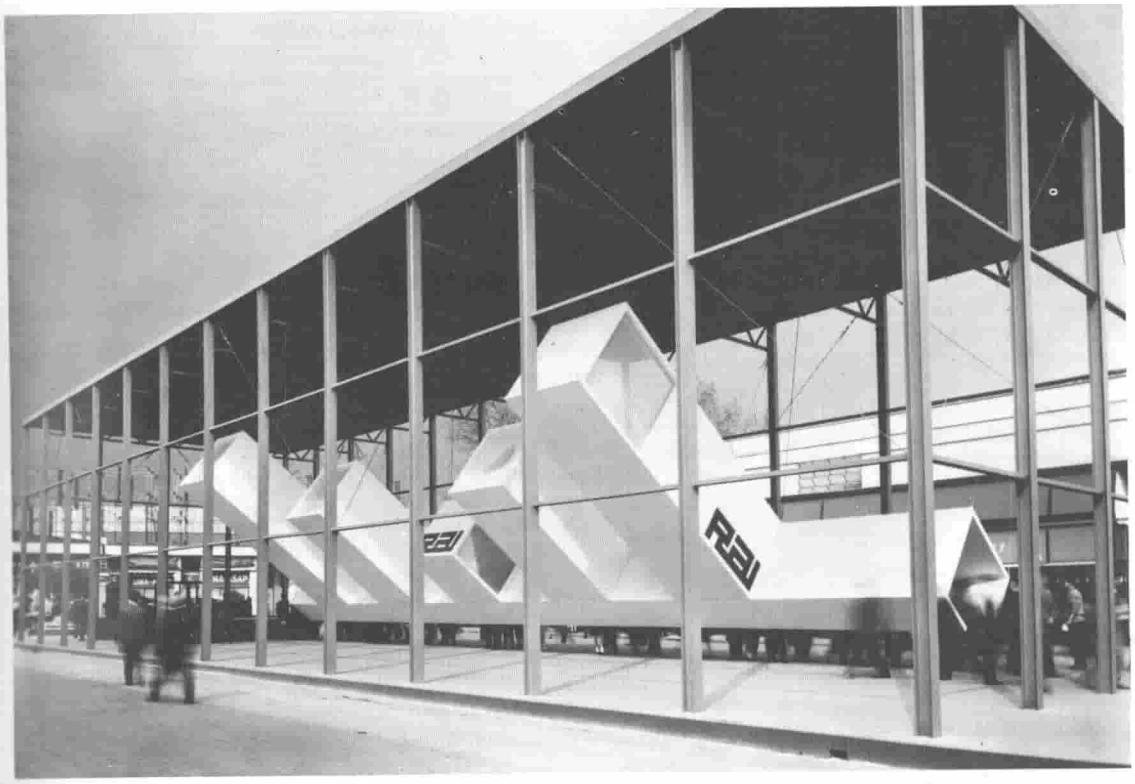




14ª Mostra Nazionale della Radio
Stand Rai
Allestimento: arch. A. e P. G. Castiglioni
Milano, 1947

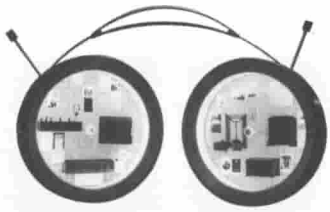
15ª Mostra Nazionale della Radio - Triennale
Allestimento: arch. A. e P. G. Castiglioni
Grafico Max Huber
Milano, 1948

Padiglione e allestimento Rai
Fiera di Milano
Allestimento: arch. A. e P. G. Castiglioni
E. Carboni e Max Huber
Milano, 1949



Padiglione Rai
Fiera di Milano
Allestimento: arch. A. e P. G. Castiglioni
Grafico: Heinz Waibl
Milano, 1958

Padiglione Rai
Fiera di Milano
Allestimento: A. e P. G. Castiglioni E. Mari
Milano, 1965



UMBERTO ECO
NOTE PER UN MUSEO DELLA RADIOTELEVISIONE

Il testo che viene qui di seguito pubblicato, e che qualcuno ha ripescato negli archivi Rai è del 1968.
Letto allora poteva sembrare ispirato dalla volontà di contestazione che agitava giovani e anziani in quei mesi (anche se, vedo, è di aprile, e il maggio parigino era ancora da venire).
Letto oggi, credo appaia come la descrizione di un buon museo, in parte simile ad alcuni che abbiamo visti, in parte forse ancora utopico. Ma, all'ingrosso sarei ancora disposto a firmarlo cosí com'è. L'idea centrale dei due tipi di museo, quello didattico, incentrato intorno a un unico quadro, e quello "ludico", da manovrare, mi pare sempre piú attuale ed attuabile.
Per il Museo esplicativo di un'unica opera o di un gruppo ristretto di opere, mi pare che ci si stia ormai orientando in questa direzione, almeno nei casi migliori. Scrivo dopo aver appena visitato a New York, la mostra organizzata al Metropolitan Museum su "Van Gogh ad Arles". Non si tratta di un solo quadro, anzi vi sono esposti tantissimi quadri e disegni, ma tutti eseguiti in un breve periodo di tempo, e in modo che il visitatore veda in ordine cronologico tutto *quello che Van Gogh ha fatto in quei pochi anni. Talora i quadri non sono datati per anno, ma giorno per giorno.*
Una immensa macchina museografica è stata montata per permettere di capire come, in rapporto con una natura violenta e ricca di umori meridionali, il pittore ha giorno per giorno elaborato la sua tavolozza, eccitato la sua visione.
Ogni quadro serve a spiegare il successivo e lo spettatore non può distrarsi. Entra, guarda, e capisce (e gode) una sola cosa.
Oggi, con l'evoluzione della tecnica elettronica, un museo incentrato intorno a un solo oggetto potrebbe spiegarne anche la genesi, le fasi di realizzazione, l'anima segreta.
Sto pensando al bellissimo documentario realizzato da Daniele Marini con l'ausilio di un cervello elettronico e che rivela tutti i misteri prospettici del Cenacolo leonardesco e termina col mostrare la prospettiva della sala del refettorio, quella vera, come la si vedrebbe dal punto di vista del Gesú dell'affresco – e cioè simmetrica alla sala rappresentata.
È inutile dire quanto le piú recenti scoperte possano contribuire a un museo da maneggiare, dai ritrovati olografici ai vari tipi di videoterminali.
Il museo potrebbe avere vere e proprie sale giochi dove, invece che a Frogger o a Galactica, si giochi a ricostruire situazioni, a sollecitare messaggi didattici. Per non parlare delle varie forme d'uso del calcolatore e dell'elaboratore di testi.
D'altra parte basta pensare a come il Beaubourg ha saputo diventare non solo biblioteca ma anche discoteca, con il pubblico che può adire a cabine di ascolto e comporsi il proprio concerto su misura.
Insomma oggi il museo che proponevo allora sarebbe molto piú ricco e sorprendente, e tuttavia non suonerebbe affatto avveniristico ma assomiglierebbe a molti ambienti di studio o di divertimento che le nuove generazioni iniziano a conoscere.
E, passati piú di quindici anni, dopo che ricercatori o critici hanno sperimentato tante volte come fosse difficile, e talora ormai impossibile, ricuperare i nastri di qualche trasmissione televisiva che non avrebbe

dovuto perire, il museo della radio e della televisione sarebbe il luogo dove molte preziose testimonianze potrebbero non solo sopravvivere, ma essere messe a disposizione dello spettatore nostalgico, curioso, interessato a documentarsi.
Speriamo che tra quindici anni qualcuno ritrovi da qualche parte le due paginette che ora sto scrivendo, e il progetto vada avanti.

New York, novembre 1984 *Umberto Eco*

Avvertenza preliminare

Queste note hanno funzione "utopica": cercano di immaginare cioè un museo possibile secondo una ipotesi ottimale che non tiene conto dei condizionamenti reali da cui i realizzatori dovranno partire. D'altra parte il tentativo di pretendere un massimo ideale può suggerire idee che poi si rivelano realizzabili anche alla luce delle limitazioni oggettive; mentre il partire dalle limitazioni oggettive può impedire di vedere delle possibilità realizzabili.
Di conseguenza in queste note si terrà conto dei documenti già elaborati dalla Rai di Torino solo in due casi: quando si intende polemizzare con una impostazione che non corrisponde allo spirito della presente proposta, e quando si intravvede in tale documentazione dei suggerimenti che si accordano con la proposta stessa.
In tal senso dunque queste note partiranno da una "idea del museo" quale si configura nel presente contesto culturale e vi opporranno l'idea di un *museo alternativo*; quindi passeranno a descrivere per rapidi accenni in che misura la Rai potrebbe e dovrebbe proporre un museo alternativo.
In definitiva le note dovranno valere non come proposta di progetto esecutivo, ma come *stimolo provocatorio* per i progettisti veri e propri. Il fatto che esse si propongano di chiedere un "massimo", per ottenere una risposta calibrata alla luce di una situazione oggettiva, giustifica la loro astrattezza, che ha valore metodologico.

I. Assurdità del museo tradizionale

Il museo tradizionale – antologico ed espositivo – è una tomba di oggetti morti. Questi oggetti un tempo erano ritenuti preziosi da qualcuno e venivano sottratti alla comunità: si trattava della galleria privata del signore, che voleva contemplare ciò che considerava prezioso sottraendolo alla contemplazione e al possesso altrui.
Nascono dapprima i "gabinetti" (come la raccolta del duca di Berry), poi le *Wunderkammer*, dove si raccolgono opere d'arte, curiosità, teratologie, congegni misteriosi e reperti archeologici, infine le gallerie vere e proprie, i palazzi signorili come raccolte di oggetti preziosi.
Con la rivoluzione francese e con Napoleone questi oggetti vengono *restituiti* ai cittadini. Ma in che modo? I cittadini potranno credersi dei possessori perché potranno contemplare gli oggetti che i signori avevano accatastati; e li contempleranno nell'ordine in cui erano stati accatastati. La museografia tradizionale, anche quando si perfeziona, non altera gran che quest'ordine. In ogni caso il cittadino può contemplare gli oggetti ma *non può toccarli*.
Anzi, il fatto che un tempo non fossero suoi e che ora siano restituiti alla comunità, li rende ancora piú preziosi: sono il segno di una promozione sociale della società democratica (liberale o socialista: il rapporto non cambia). Cosí gli oggetti sono posti sotto teca, isolati dal contesto in cui erano nati. Il quadro, la saliera cesellata, il tappeto o l'arazzo – cosí come la selce scheggiata o il cranio dell'uomo di Neanderthal – non hanno piú nulla a che fare con il loro vero contesto storico e non rinviano ad esso. Sono *là*, per essere riveriti e ammirati. Ma sono ormai dei *feticci culturali*, avulsi da ogni rapporto con la realtà, e sovranamente *inutili*.

Quali sono le conseguenze culturali? La gente va in un museo nella misura in cui contiene oggetti che abbiano le seguenti proprietà:

– che siano rarissimi
– costosissimi
– antichissimi
– bellissimi (nel senso che la tradizione li abbia qualificati per tali).

La gente va nel museo in cui ci siano gli oggetti piú antichi, piú costosi, piú rari e piú belli. Inseguendo questi miraggi, la gente va di preferenza al Louvre e non al Musée de Cluny, a Brera e non al Poldi-Pezzoli. Esiste un mercato del museo, con due o tre stelle per museo, a seconda della "borsa" turistica, come sulle guide Michelin. In tal senso è l'oggetto che valorizza il museo, non il museo che valorizza l'oggetto. A Parigi il Musée de l'Homme è organizzato in modo piú moderno del Louvre, ma nell'opinione comune la *Gioconda* costa e vale piú di un'ascia di pietra australiana, e quindi il Louvre *vale* di piú del Musée de l'Homme, anche se informa meno e lascia che i visitatori escano dalla corsa nelle sue sale con una gran confusione e nessuna reale acquisizione culturale. D'altra parte, al Louvre stesso ci sarà la corsa verso la Gioconda e verso la Venere di Milo, a scapito della Nike di Samotracia, di uno splendido Mantegna, di alcuni olandesi impagabili.
Queste premesse sanciscono il fallimento in partenza di un museo *tradizionale* della radiotelevisione. Perché fatalmente la radiotelevisione non potrà essere rappresentata che da:

– oggetti non abbastanza rari, perché già provenienti da una civiltà della produzione in serie;
– oggetti non abbastanza costosi, per le stesse ragioni;
– oggetti non abbastanza antichi;
– oggetti tradizionalmente non "belli", perché appartenenti al settore vilissimo della meccanica.

Quindi non si vede una ragione – alla luce dei valori culturali correnti – per cui la gente debba andare a visitare un museo della Rai.

E questo non per un difetto del pubblico, ma per un difetto della nozione tradizionale di museo. Il museo si regge sul mito del passato ricuperato e conservato. Quanto piú il passato è *remoto*, tanto piú il museo è degno di pellegrinaggio.

Come è concepibile un museo del passato prossimo?

D'altra parte non è nemmeno concepibile che la Rai fornisca soltanto informazioni sul proprio passato: la radiotelevisione è un ente produttore di presente e di futuro, che ha accettato la condizione di rapida deperibilità dei suoi prodotti. Perché allora dovrebbe ostinarsi a salvarli sotto forma di passato prossimo ricuperato?
La Rai potrà concepire un proprio museo solo se rovescerà la nozione di museo e saprà inventare un museo che non sia puntato sul passato (se non in minima parte) ma sul presente e sul futuro. Un museo sperimentale.

II. Soluzioni per un museo alternativo

Ecco alcune possibilità teoriche di un museo alternativo che non presenti le contraddizioni del museo tradizionale:

a) museo *didattico*: esso è incentrato su di una sola opera (o oggetto) a cui si arriva attraverso un percorso che fornisce in vario modo le informazioni atte a comprendere l'opera esposta.
Il visitatore del museo tradizionale (es. Uffizi) non riesce a distinguere le varie epoche, scuole, tendenze, né a collegare le opere con il proprio background storico-sociale. Un museo didattico ideale dovrebbe, per

esempio, essere incentrato solo sulla *Primavera* di Botticelli. Per arrivare a "guardare" e a "capire" la *Primavera*, il visitatore passerà, con percorsi variabili a scelta, attraverso una serie di situazioni espositive che lo informeranno sulla civiltà fiorentina del Quattrocento, la sua musica, il suo pensiero filosofico, la vita quotidiana della città e della casa, la vita di corte, i problemi economici, il modo di lavorare degli artisti, l'organizzazione della bottega del pittore, le tecniche di pittura, i condizionamenti economici dell'opera, la tradizione figurativa precedente, i valori politici, morali, religiosi, a cui il pittore si ispirava, ecc. Nella misura in cui queste informazioni saranno date in modo drammatico, usando tutti i mezzi a disposizione, dal film alla ricostruzione, il visitatore, alla fine del suo viaggio, sarà in grado di capire *cosa significa* e *perché è bella* l'opera di Botticelli. Alla fine della sua visita potrà eventualmente vedere in altre sale le opere che furono influenzate dall'opera esposta, per capirne il valore di esempio e di stimolo, che può eventualmente protrarsi sino ai tempi contemporanei, magari arrivando agli echi botticelliani nelle immagini di alcune dive, nella pubblicità, nel fumetto, ecc.

b) museo *mobile*: può rappresentare un perfezionamento temporale del precedente, oppure un modo di offrire il museo tradizionale in forma piú dinamica. È quello che avviene in alcune sale di certi musei che si ristrutturano di continuo per offrire esposizioni su tema. Ma di solito le scelte sono casuali, o dettate da necessità contingenti.
Konrad Wachsmann, tempo fa, aveva pensato a un museo itinerante (una specie di grande contenitore, tendone da circo, viaggiante) sulle cui pareti, con dispositivi perfezionatissimi, si proiettassero diapositive di opere d'arte in grandezza naturale. In questo modo nella settimana X in una città di provincia si poteva vedere il Louvre al completo, la settimana dopo il Museum of Modern Art, ecc. Questa soluzione non muta ancora l'idea tradizionale di museo, ma la dinamizza e comunque spoglia la visita dall'equivoco dell'adorazione feticista dell'oggetto prezioso e intoccabile, che rappresenta la negazione di una vera esperienza culturale.

c) museo *sperimentale-fantascientifico*: in questo tipo di museo (che non è piú un museo) si espongono, piú che gli oggetti-tema, le tecniche espositive. Il visitatore è provocato dagli infiniti modi in cui una informazione può essergli data. Al limite si espongono lo spazio, la luce, il colore; il museo muore come tale e nascono ambienti come l'Electric Circus di New York, che è al tempo stesso una discoteca, sala da ballo ed esposizione continua di opere d'arte contemporanea, prodotte per l'occasione, che si compongono e si disfano in un movimento progressivo su pareti mobili e avvolgenti, costituite secondo uno spazio "topologico". Al limite i frequentatori dell'Electric Circus realizzano una esperienza di arte contemporanea, luce e suono, piú vivida di quando visitino il Metropolitan Museum of Art. Sono musei in cui non si espongono oggetti, ma tecniche espositive, le attuali *Expo* (Losanna, Montréal).

d) museo *ludico*: qui il pubblico oltre a vedere, *gioca*. Tutto quello che gli viene comunicato viene conquistato attraverso una serie di manipolazioni. Di questo tipo (anche se ancora in modo molto serioso) è il Deutsches Museum di Monaco, che racconta la storia della tecnica attraverso schermi, modellini animati, ambienti, macchine di vario genere che il pubblico deve manovrare per provocare certi accadimenti didattici. Quando si tratta di descrivere il sommergibile, il visitatore entra in un vero sommergibile. Quando deve capire cosa sia una miniera, il visitatore scende nel sottosuolo e percorre per alcune centinaia di metri una sequenza di ambienti minerari ricostruiti con esattezza da Museo Grévin. Il visitatore manipola macchine e gioca a ricostruire i vari capitoli della storia della tecnica.
Un museo ludico realizza in forma colta l'esperienza del "castello delle streghe" in cui si entra al luna park. È un'avventura.
In tal senso si era parzialmente realizzata la sezione introduttiva della Triennale 1964 sul Tempo Libero.
Al limite, una tesi presentata l'anno scorso alla Facoltà di Architettura di Firenze prevedeva una ristrutturazione del castello di Prato, attualmente inutilizzato, come ambiente magico in cui avvenivano fatti mirabolanti assolutamente privi di funzionalità didattica (crescita di forme in plexiglas, riproduzione all'interno dei fenomeni atmosferici che si realizzavano all'esterno, attraverso cellule fotoelettriche, accadimenti visivi e sonori determinati dalla presenza passiva dei visitatori, ecc.).
Altri esperimenti realizzati con l'aiuto di congegni elettronici da Eugenio Carmi, esposti l'anno scorso a Stoccolma, prevedevano una mostra in cui i quadri astratti assumevano forme inopinate secondo l'afflusso, il rumore ambientale e alcuni interventi manipolativi di visitatori.

Questi quattro esempi sono ovviamente combinabili insieme. Si può concepire un museo a finalità didattiche, mobile nelle proprie scelte espositive, a natura sperimentale e fondamentalmente ludico, fondato sull'intervento manipolativo dei visitatori (avvertenza: l'esigenza insopprimibile e sempre repressa di un visitatore di museo, è quella di "toccare". Per questo i visitatori si vendicano del museo repressivo tradizionale e, in casi estremi, tagliuzzano le tele, rubano gli oggetti, fanno i baffi alla *Gioconda*, scrivono il loro nome sul sedere delle statue).
La Radiotelevisione è, per cosí dire, *naturalmente portata* a realizzare un museo didattico, sperimentale e ludico, perché per natura è un organismo con finalità didattiche e ludiche, puntato sulla sperimentazione progressiva, che fornisce una informazione non statica ma mobile e continuamente rinnovantesi.

Sarebbe un assurdo che un ente fondato sulla *mobilità*, sulla *sperimentalità*, sulla *ludicità* e sulla *didatticità* si presentasse attraverso un museo *tradizionale*, *immobile*, informativo ma *non didattico*, e *noioso*.

Il museo della Rai non potrà e non dovrà esprimere un universo che *sta prima* della Rai, con tecniche informative che sono *nate prima* della Rai. Sarebbe come un museo del disco e della registrazione magnetica in cui la musica di sfondo fosse eseguita da un'orchestrina da caffè all'aperto, al completo, con gli esecutori presenti di persona.

III. Idee generali per un museo radiotelevisivo

Dal momento che la radiotelevisione è l'inventrice *continua* di nuove tecniche di comunicazione, il museo che la esprime non dovrà avvalersi di tecniche comunicative nate prima di essa.
Dovrà anzi porsi come una *manifestazione pilota della Rai*, in grado di anticipare tecniche comunicative future, là dove la radiotelevisione lavora ancora a livello sperimentale, o puramente teorico.
Come dovrà essere un Museo Rai?

a) dovrà indubbiamente recuperare il passato dell'organizzazione, ma comunicarlo con mezzi didattici nuovi;
b) dovrà operare questo ricupero con una estrema mobilità, mutando continuamente il proprio fuoco, e operando una continua congiunzione tra il passato ricuperato e il futuro da anticipare;
c) dovrà quindi essere uno sguardo sul passato esercitato con tecniche "fantascientifiche";
d) dovrà realizzare tutto questo senza abdicare alla componente ludica che la radiotelevisione possiede: e dovrà anzi potenziare gli istinti di gioco del proprio pubblico, là dove il museo tradizionale li umilia e reprime.

Alla luce di tutte queste osservazioni cosa si può dire di alcune delle proposte già elaborate dalla Rai a proposito di questa iniziativa?

A) Dei vari documenti si vorrebbe anzitutto enucleare qui due idee che ci paiono da accogliere e potenziare:

a) Il Museo deve costituire nel contempo un grosso centro di documentazione di storia e tecnica radiotelevisiva, a disposizione di tutti gli studiosi. Ma perché scindere la documentazione dalla esposizione? È indubbio che dovrà esserci un archivio generale a disposizione dell'interessato che voglia studiare gli aspetti piú impensabili della storia dell'istituzione, ma il problema centrale consiste in fondo nel *far diventare tutto il museo un centro di documentazione continua e progressiva*, che spinga ogni visitatore a farsi parte diligente di una decisione di ricerca.
In questo senso *componente ludica e componente didattica verrebbero a coincidere*. Attraverso alcune forme di gioco, consistenti in decisioni manipolative, il visitatore decide liberamente cosa vuol sapere e cosa vuole imparare. Il museo diventa un'immensa "teaching machine", esperimento pedagogico di avanguardia.

b) Proprio perché lo spettatore goda di questa libertà, per cui la *sua* visita non rimane uguale a quella degli altri, ci pare ottima la scelta dei "lettori endless" con auricolare personale, in luogo di situazioni di comunicazione collettive, fisse, imposte dall'alto, uguali per tutti, come quelle costituite dagli altoparlanti generali. Questo progetto – che emerge in ogni progettazione avanzata di padiglioni fieristici, e che di solito viene abbandonato per il suo alto costo – pare invece particolarmente adatto per una esposizione che non abbia l'estemporaneità della fiera o della esposizione universale (dove quindi la spesa si ammortizza), specie se l'ente che realizza l'impresa, con la stessa forma comunicativa che elabora, pubblicizza le proprie capacità di soluzione dei problemi tecnologici.
Il problema sarà dunque di amplificare questa tecnica attraverso realizzazioni diverse e sempre nuove dello stesso principio: il *visitatore fa qualcosa e riceve un messaggio che vale per lui solo*, in quel momento, a seconda della scelta che ha espresso attraverso le sue manipolazioni. Questo fatto prevede che i nastri a disposizione siano numerosissimi e coordinati a comunicazioni visive diverse. Si realizza cosí ancora una volta il punto 1) e cioè quello del centro di documentazione permanente aperto a chiunque. La *teaching machine* si presenta come un enorme *juke box didattico*, un televisore tetradimensionale a piú canali.

B) Dagli stessi documenti preliminari ci pare invece di dover enucleare una serie di decisioni che non si accordano alla nostra proposta:

a) il principio dell'esposizione cronologica: deve funzionare solo in alcuni settori, senza che ci si debba far assillare dal bisogno della completezza. Una rassegna *completa* assilla il visitatore con troppe informazioni, e quello che viene ricevuto alla fine è puro *rumore semantico* indifferenziato. Il visitatore deve poter scegliere le fasi rievocative che gli interessano. Quelle che non gli interessano non gli interesseranno anche se gliele mettiamo sotto gli occhi con violenza.

b) trasmissioni di attualità. Il museo non deve fare quello che la radio e la televisione fanno già benissimo. In questo senso, meglio allora fornire documenti sul passato sotto forma di attualità, o documenti sul futuro, o su quella attualità didatticamente troppo complessa che radio e televisione non possono offrire (come le informazioni sullo sviluppo sociale e tecnologico dell'istituzione).

c) Rassegne tipo "radio nella caricatura" e "collezione sonora di vecchi segnali radio" evocano forme museografiche troppo invecchiate. Non è detto che in un settore non si possano ricevere anche informazioni storiche del genere, ma non devono prevalere su altre.

d) Albo "alla memoria" per i caduti, rassegna di premi alla radio, ritratti di personaggi famosi. Sono cose nobilissime, ma associate, nella mente di qualsiasi visitatore normale, alla memoria di musei odiosi, manifestazioni scolastiche, mostre del regime et similia.
Personalmente – e credo di impersonare il visitatore medio – provo rispetto per i caduti di ogni guerra, ma non mi importa nulla di prendere il tram e andare a un museo della radio per sapere quali di questi caduti fossero impiegati all'ufficio abbonamenti della Eiar. Visitando le sale potrà non urtarmi vedere un grande pannello col ritratto di Marconi, ma se debbo vedere anche quello di Nipkow e quello di Baird incomincio ad irritarmi. Per questo mi basta sfogliare a casa mia un numero rievocativo del "Radiocorriere".

e) Della parte architettonica mi pare contestabile la proposta di un *arredamento unitario*. L'arredamento unitario sovrappone a oggetti isolati e autonomi (feticizzati, magari in teche eleganti) il contenitore-museo come tomba degli oggetti medesimi. Il museo, come un animale fantascientifico, deve prendere la forma delle cose che vivono e si muovono in esso: sarà "liberty" quando parla di Marconi e "pop" quando parla del futuro. Naturalmente una proposta del genere non può ammettere l'arredamento e la ristilizzazione di una struttura architettonica già esistente, ma il suo sconvolgimento totale, almeno dal punto di vista di una architettura degli interni. Come ho detto, questa proposta è "utopica". Se la Rai non può accollarsi una ristrutturazione del genere, tanto peggio. La riproposta di un museo tradizionale non è reato previsto dal Codice Penale. Al massimo, la gente non ci andrà.

IV. Proposta di 6 sezioni del Museo Rai

1) IL PASSATO REMOTO - I PRECURSORI

Questa sezione riprende un'idea già ampiamente ed egregiamente sviluppata nei documenti preliminari.
Da Leonardo a Della Porta, da padre Kircher alle varie lanterne magiche sei e settecentesche e tornando indietro sino alle invenzioni mitiche dell'orecchio di Dionisio, e ai vari sistemi arcaici di comunicazione, dai segnali di fumo al telegrafo ottico, si può ripercorrere una cavalcata nella preistoria delle telecomunicazioni. Però vorrei sottolineare le possibilità di traduzione ludico-didattica di queste informazioni. Evitare i pannelli, l'esposizione di immagini. Il visitatore deve *poter manovrare* una lanterna magica, deve *poter sentire* chi parla in un'altra stanza attraverso l'orecchio di Dionisio, deve *poter guardare* nei tubi magici del Della Porta, e vedere le immagini rovesciate nella camera oscura. Questa è la prima cosa importante.
La seconda è che ogni invenzione deve essere collocata in ambiente che evochi l'ambiente in cui nacque. Tanto per fare un esempio, il grammofono di Edison deve essere posto in una camera dell'epoca, con dagherrotipi alle pareti, tappezzeria e mobili adeguati. A titolo scherzoso e paradossale, aggiungo che se l'usciere di quel settore avesse baffoni da custode di una grande esposizione universale fine secolo, l'ambientazione sarebbe totale. Il dagherrotipo alla parete non sarà poi soltanto ornamentale; perché costituirà a sua volta un elemento di documentazione, richiamo di un avvenimento storico contemporaneo. D'altra parte anche il grammofono esposto sarà al tempo stesso *teaching machine* manipolabile, perché a comando e a scelta potrà trasmettermi, debitamente ricostruite e riambientate, musiche dell'epoca, testi di discorsi e brani letterari di quel periodo della storia americana.
Cosí, man mano che il visitatore si trova faccia a faccia con gli strumenti rudimentali dei grandi pionieri, deve poter parlare con qualcuno sul primo telefono, come fece l'imperatore del Messico all'esposizione di Filadelfia; e deve poter rivivere l'emozione di Marconi quan-

do udí il colpo di fucile del famiglio che gli annunciava che il primo messaggio telegrafico senza fili era stato ricevuto.
All'ingresso di ogni ambiente ricostruito, dei juke-boxes con visori, come quelli che trasmettono (audio e video) canzoni nell'atrio della stazione di Milano, devono fornire, su comando a tastiera, informazioni e rievocazioni supplementari, di carattere storico o tecnico.
In tutte queste trovate bisogna pensare, come al pubblico ideale del museo, a una classe delle scuole elementari o medie; mirare al loro divertimento. Esso sarà anche il divertimento del visitatore laureato, che si troverà rispettato nel suo desiderio fondamentale, *di giocare e di sapere*, senza dover subire un sapere del tutto programmato, senza possibilità di scelta.

2) IL PASSATO PROSSIMO ovvero LA STORIA DELLA RAI

Questa sezione rievocativa dovrà essere fondata sulla *nostalgia* degli anziani e sulla *curiosità maliziosa* dei piú giovani.
Anche qui, a scelta, in visori appositi (e per le cose di piú vasta portata, in salette di facile accesso, a programmazione continua) il visitatore deve poter riascoltare il Trio Lescano, Rabagliati, il discorso di Churchill al popolo inglese (promessa di lacrime e sangue), il discorso di Mussolini, i messaggi speciali della Resistenza, le prime riviste radiofoniche di Fausto Tommei o il «Giornale Radio» del 10 giugno 1940. Dove esistono documenti, documenti; altrimenti ricostruzioni fedeli e dichiarate come tali. Il documento sonoro può essere commentato visivamente da brani di film dell'epoca.
In certe salette specializzate potranno essere ricostruite ogni settimana una settimana radiofonica o televisiva del passato, completa.
Manopole, manovelle, bottoni, gettoni: in ogni modo il visitatore deve intervenire per scegliere quello che gli interessa.

3) I PROBLEMI TECNICI

Anche qui la rassegna di tecnologia delle comunicazioni, suggerita in alcuni dei documenti preliminari, è di grande importanza.
Ma anche qui la spiegazione dei processi fisici e delle realizzazioni tecnologiche deve avvenire attraverso fatti "drammatici" e decisioni manopolative. Il modello del Deutsches Museum di Monaco rimane valido. Ma dovrebbe complicarsi di un altro grande elemento ludico: *il bricolage*. Il visitatore non sarà mai un realizzatore di grandi reti comunicative. Ma è di sicuro un riparatore casalingo della propria antenna, un montatore di radio, aspira forse a diventare radiotecnico per corrispondenza. Qui la Rai deve dargli la possibilità di giocare con la tecnologia realizzando sperimentalmente a titolo dimostrativo qualche operazione. Se poi questa sezione sarà corredata da un banco di vendita di volumi tecnici e di corsi in dischi, tanto meglio. Questa sezione diventerà allora l'*invito permanente a una educazione tecnica*.
Distinguiamo però educazione tecnica da *educazione tecnologica*.
Questa sezione dovrebbe avere un settore di informazione tecnica elementare (il settore in cui esercitare il gusto del bricolage: come si impianta una antenna, come si ripara l'apparecchio radio, come si costruisce un apparecchio a galena con mezzi di fortuna, ecc.), ma nel contempo dovrebbe informare sulla tecnologia delle grandi reti di comunicazione e sui principi fisici generali che presiedono allo scambio di informazioni. I grandi problemi dell'informazione (cos'è un messaggio, cos'è un codice, cos'è il "rumore", cos'è la ridondanza, e cosí via) sono rappresentabili attraverso schemi mobili e luminosi che – mentre hanno qualità "drammatiche" – sono nondimeno l'esatta traduzione degli schemi ufficiali della teoria dell'informazione.
Naturalmente tutti i capitoli della sezione tecnica del Museo di Berlino (v. relazione Lamacchia) rientrano in questa sezione.

4) COME SI COMUNICA

Questa sezione dovrebbe porre il visitatore di fronte al problema concreto di come si riesca a far passare un messaggio chiaro ed efficace per radio e per Tv. Il visitatore dovrebbe perciò essere indotto a risolvere per gioco gli stessi problemi a cui si trova di fronte il redattore radiotelevisivo.
La serie di "giochi" che proponiamo avrebbe una duplice funzione: anzitutto dare al visitatore il modo di soddisfare il desiderio fondamentale di chiunque ami il teatro o il cinema e cioè quello di *stare dall'altra parte, nelle coulisses*, col regista e con l'attore; dall'altro lato dovrebbe rendere edotti i visitatori delle effettive difficoltà che prova il redattore quando voglia comunicare con lui (in modo che anche il suo atteggiamento verso chi fa i programmi diventi piú comprensivo, criticamente consapevole).
Ecco alcuni esempi di giochi possibili:

a) possibilità di registrare la propria voce e quella dei propri familiari; possibilità di interviste reciproche subito ritrasmesse in bassa frequenza;
b) il visitatore si accomoda in uno studiolo Tv in bassa frequenza e i suoi familiari lo vedono sul video;
c) possibilità di riprodurre rumori con gli apparati classici del rumorista radiofonico;
d) giochi in moviola: si proietta un avvenimento solo in video e il visitatore deve comporre e eseguire in audio una notizia pertinente nello spazio di tempo esatto; si proietta un avvenimento sportivo o di attualità in solo video e il visitatore deve darne all'impronta la radiocronaca esatta e tempestiva (possibilità di gara tra piú visitatori);
e) si proietta in moviola un avvenimento o una sequenza drammatica ancora allo stato elementare e il visitatore, assistito dalla montatrice, deve montarla coprendo un tempo stabilito (a latere il visitatore potrà avere l'esempio della stessa scena montata in modo corretto; su un altro visore potrà seguire delle lezioni di montaggio, alcune storiche – come è stata montata la scena della scalinata di Odessa di Eisenstein – alcune teoriche, vere e proprie lezioni di "forbici poetiche");
f) si vede su un visore una sequenza audio e video e il visitatore deve scegliere tra una serie di dischi dati il commento musicale appropriato; oppure il commento di rumori, da prendere in un repertorio di nastri o da produrre direttamente;
g) su un tabellone magnetico il visitatore compone la pagina del Radiocorriere (e cioè il palinsesto) ideale; il Museo assicura la registrazione del suggerimento, di cui l'Ufficio Opinioni terrà conto;
h) seguendo le esperienze dell'Ufficio Opinioni circa la comprensibilità di termini e costrutti difficili nei notiziari, si propone al visitatore una notizia in termini astrusi, e il visitatore dovrà proporre in che termini vorrebbe invece sentirla (suggerimento registrato, l'Ufficio Opinioni ne terrà conto);
i) su un juke-box apposito il pubblico potrà selezionare, tra una piccola serie di frasi, una frase qualsiasi che gli verrà pronunciata in una quarantina di maniere, secondo il noto esperimento della Scuola drammatica di Mosca; cosí prenderà contatto con i vari artifici della recitazione radiofonica; parimenti potrà ascoltare la stessa battuta drammatica piú o meno intervallata da pause e silenzi, rilevando le diversità di effetto emotivo e spesso di significato, che ne conseguono.

5) I PROBLEMI SOCIALI

Questa sezione dovrebbe informare (con aggiornamento continuo) su temi quali:

– diffusione delle radioteleaudizioni nel mondo;
– statistiche dell'alfabetizzazione in relazione alla diffusione radiofonica e televisiva;
– dati sulla comprensione del linguaggio radiofonico a diversi livelli di età e in diverse zone d'Italia;
– dati da esperimenti sulla comprensione di immagini ambigue, la at-

tribuzione di significati diversi agli stessi simboli, variando da regione a regione;
– rapporti tra modelli di costume introdotti dalla Tv e modelli di costume dovuti alle tradizioni locali, con curiose sovrapposizioni;
– Tv nel mondo;
– Tv e scuola;
– rapporto tra redditi locali e diffusione degli apparecchi radiotelevisivi;
– rassegna degli apparecchi radiotelevisivi disponibili nel mondo: caratteristiche, qualità, durata, prezzi, eccetera.

Tutti questi dati dovrebbero essere realizzati come negli altri settori, con schemi mobili, visori, apparati manipolabili. Evitare i pannelli.
Nota sulle sezioni tecnica e sociale: sono le sezioni meno ambientabili, nel senso indicato per la sezione retrospettiva. Qui però l'ambiente potrebbe accentuare la natura tecnologica dell'universo a cui introduce. In tale senso le indicazioni date nel progetto architettonico per la totalità degli ambienti, ci paiono invece adatte particolarmente a questi due ambienti, e probabilmente anche a quello detto "Come si comunica".
All'uscita da queste sezioni sarebbe raccomandabile la *vendita di testi, dischi e nastri* che riproducano i documenti ascoltati nelle sezioni, nonché dei testi delle registrazioni effettuate dai visitatori. Non va dimenticato l'hobby cinematografico di molti spettatori, i quali potranno essere lieti di proiettare a casa propria, in sedici millimetri, brani antologici non facilmente reperibili, sia di materiale televisivo che cinematografico: perché non dare al visitatore la possibilità di rivedersi a casa la sequenza del "Chicchirichì" dell'*Angelo Azzurro*, la sparatoria finale di *Ombre Rosse*, i volti dal processo di *Santa Giovanna* di Dreyer, e cose del genere?
Non vale l'obiezione che questo è compito di una cineteca: la Tv si sta assumendo il compito di cineteca di massa e nell'ambito del proprio museo può assolverlo sino a quei livelli a cui di solito le cineteche normali raramente arrivano.
Così potranno, come si è già detto, essere messi in vendita, o regalati, *manualetti* sugli aspetti tecnico-pratici, sulla tecnologia delle grandi reti di comunicazione, sui problemi sociali della radiotelediffusione.

6) IL FUTURO

Quest'ultima sezione imporrebbe una *totale distruzione dello spazio architettonico*, ristrutturabile volta per volta secondo il divenire dei temi. Un esempio di spazio "distrutto", creato volta per volta da proiezioni luminose, è quello di una "discoteca" come il già citato Electric Circus. In questa sezione dovrebbero essere adoperati simultaneamente tutti quei moderni mezzi di comunicazione visiva e sonora che sono i "lumia", i "multimedia", le luci stroboscopiche, le proiezioni psichedeliche, e in genere la creazione di "environments" in cui eccellono le ultime correnti di arte totale, specie negli Stati Uniti. Anche in Italia ci sono numerosi esperimenti del genere e artisti come Munari, Eugenio Carmi, il gruppo Mid di Milano, nonché i realizzatori di locali tipo "Piper", sanno benissimo come realizzare questi *ambienti totali*, dove l'architettura lievita con le cose che li attraversano, e le sensazioni visive e auditive diventano nel contempo sensazioni tattili.
Un esperimento del genere è stato tentato anche da Emilio Vedova al Padiglione Italiano dell'Expo 67 di Montreal, anche se una serie di condizioni obiettive ha impedito al progetto di prendere la forma desiderata dall'artista.
In un ambiente del genere il visitatore dovrebbe, al limite, poter partecipare all'azione totale che lo coinvolge, magari danzando.
Il bombardamento contemporaneo di musica, proiezioni luminose e baluginamenti stroboscopici provoca reazioni partecipative impensate.

E tuttavia all'interno di un ambiente così coinvolgente (si pensi alla nozione di "villaggio globale" di McLuhan, ideata proprio come deduzione sociologica dal fenomeno planetario della comunicazione televisiva), il visitatore dovrà poter individuare fonti di informazione più precisa che gli lascino intravedere il *futuro delle comunicazioni*, secondo le seguenti linee di interesse:

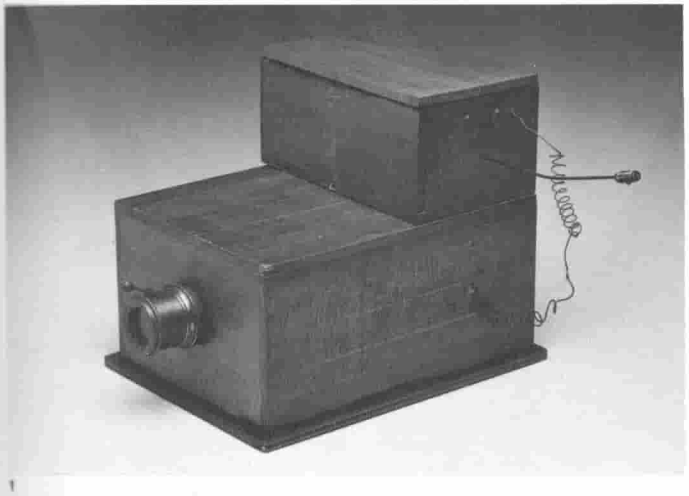
I) Esistono vari e impensati sistemi di comunicazione, alcuni antichissimi, alcuni nuovissimi, molti dei quali non ancora studiati a fondo, ma in corso di studio:

– la comunicazione *animale*, studiata oggi dalla zoosemiotica;
– le comunicazioni *olfattive e tattili*, che dominano gran parte dei nostri rapporti intersoggettivi: non vi facciamo caso perché sono tra le più "naturali", ma, quando ci venissero ricordate da una macchina che le produce a comando, ci renderemmo conto della loro esistenza e del loro possibile sviluppo futuro;
– la comunicazione *gestuale*; i gesti cambiano secondo i gruppi sociali e corroborano la comunicazione linguistica più di quanto si pensi; esperimenti americani sui discorsi di Fiorello La Guardia, ripreso mentre parlava italiano, poi inglese e poi Yddish, e riproiettato senza audio, hanno permesso di dedurre, dai gesti diversi che compiva, la lingua in cui stava parlando; lo studio della mimica gestuale è oggi uno dei capitoli di uno studio delle comunicazioni;
– la comunicazione *spaziale*: spazi e distanze diverse tra i soggetti hanno significati diversi presso i vari popoli: la conoscenza di questi fattori avrà grande importanza sullo sviluppo dell'architettura, dell'arredamento, dell'urbanistica, sulla trasposizione di rituali religiosi, militari, sportivi da civiltà a civiltà;
– i linguaggi *tambureggiati e fischiati* presso vari popoli; presso certi gruppi attraverso il fischio e il tam tam si passano comunicazioni di estrema precisione;
– segnali convenzionali ad alta precisione; dalle bandierine navali ai segnali per aviatori; *segnaletiche* di vario tipo, dal codice della strada ai segnali dei boys scouts;
– comunicazioni convenzionali attraverso *vocalizzazioni* ritenute naturali: diverse convenzioni nell'esercizio del riso, del sorriso, del singhiozzo, dei colpi di tosse, del fischio, del sibilo, del battito di mani, in civiltà diverse;
– *movenze rituali*, stili di camminata, stili nel prendere cibo, nel lavarsi, nel salutarsi, eccetera, in diverse civiltà (si tratta di problemi assai importanti, che rendono spesso irricevibile un messaggio televisivo o filmico elaborato in un contesto di civiltà e ricevuto poi in un altro);
– diversi *sistemi musicali* nella storia e nelle varie civiltà; segnali musicali convenzionalizzati nei vari eserciti, nelle varie liturgie, eccetera;
– *alfabeti segreti*, criptocodici, codici spionistici, alfabeti elaborati per comunicare con gli esseri dello spazio (cfr. progetto *Lincos*), linguaggi convenzionali dei sordomuti, dei ciechi; linguaggi segreti di gruppi, sette, confraternite monastiche, malavita; linguaggi enigmistici;
– rassegna lampo della molteplicità di *alfabeti, scritture, lingue* tra i vari popoli della terra;
– *sistemi cromatici*, senso dei diversi colori per popoli diversi; colori nella grafica e nella segnaletica; impatto fisiopsicologico dei diversi colori;
– *abbigliamento* e significati delle convenzioni vestimentarie nei diversi gruppi;
– *iconologia* nella storia dell'arte;
– *industrial design*, forme comunicative, rapporti fra forma e funzione;
– rassegna delle *comunicazioni di massa* nel mondo, dall'uso dei fumetti per i tabelloni maoisti in Cina, ai vari tipi di titolazione giornalistica nel mondo; televisioni diverse; universalità di modelli divistici; pubblicità, ecc.;

– *linguaggi formalizzati*: dalla logica e l'algebra ai linguaggi cibernetici per cervelli elettronici. Il linguaggio dei robots di domani.

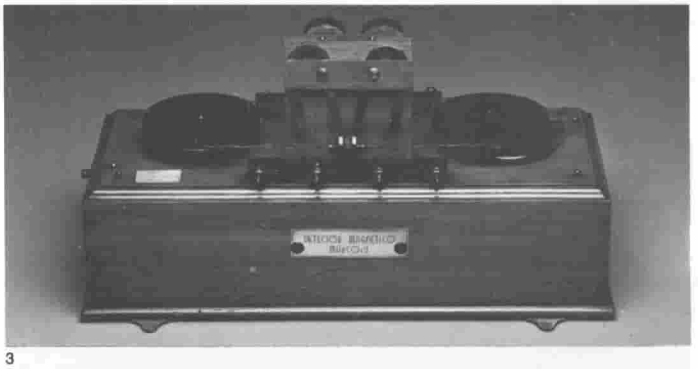
Tutti questi esempi, che possono essere come sempre elargiti da visori, schermi, macchine manipolabili, pannelli a saracinesca (che il visitatore "sfoglia" come una serie di carte geografiche alla parete della scuola), servono a fare comprendere quanto sia vasto e multiforme l'universo delle comunicazioni umane, e con quale materiale di insondabile profondità abbia a che fare i conti la radio e la televisione di domani. Il visitatore si rende conto dei modi impensabili attraverso cui gli esseri umani comunicano; molti di questi modi sfuggono ancora alla nostra conoscenza e al nostro controllo, ma in futuro potranno essere capiti sempre meglio ed essere finalizzati a una maggiore comprensione tra gruppi e razze diverse.

II) Un'altra serie di *teaching machines* può mostrare i vari fenomeni della comprensione della comunicazione auditiva e visiva. Alcuni di questi fenomeni sono ancora intesi come *aberrazioni percettive*, ma in futuro potranno diventare (come si sta verificando nell'arte contemporanea) *veicoli di comunicazione*.
Si dovranno vedere esperimenti di ambiguità percettive, diversi rapporti fra le forme, tra figura e sfondo, le influenze della esperienza precedente sulla percezione di immagini complesse, ecc.
Tutto l'armamentario sperimentale della psicologia della forma e della psicologia transazionale (camera distorta, scatole per visione monoculare, binoculare, stereoscopica, ecc.) potranno diventare altrettante occasioni di esperimento e di gioco, nonché di apprendimento. Gli stessi congegni che nei distretti militari servono a verificare i tempi di reazione e il coordinamento senso-motorio sono altrettanti strumenti per la comprensione dei processi percettivi e intellettivi e debbono stare di diritto in un museo della comunicazione. Gran parte di queste situazioni di gioco possono d'altra parte *fornire agli uffici studio della Rai degli elementi per il controllo sempre piú preciso delle reazioni degli spettatori*. Cosí il Museo diventa, attraverso la collaborazione degli spettatori che si divertono, un laboratorio di esperimenti in *corpore vili* sui soggetti ai quali poi si rivolgeranno le comunicazioni audiovisive di domani.
La Rai che si manifesta al proprio pubblico in tutti i suoi problemi risolti e da risolvere, e il pubblico che contribuisce con la propria risposta a chiarire i problemi ancora aperti: ecco come il museo audiovisivo della Rai può diventare un organismo vivo in progresso, dove le esperienze del pubblico di oggi possono diventare materiale di comunicazione per il pubblico di domani.
Non un *Museo-tomba*, ma un *Museo-sala parto*.
Un centro di educazione dell'opinione pubblica, di esperimentazione scientifica, di reclutamento indiretto di forze nuove per domani.
Un *Arsenale della comunicazione*. Tanto per restare fedeli al nome della via in cui dovrebbe sorgere.



1

2



3

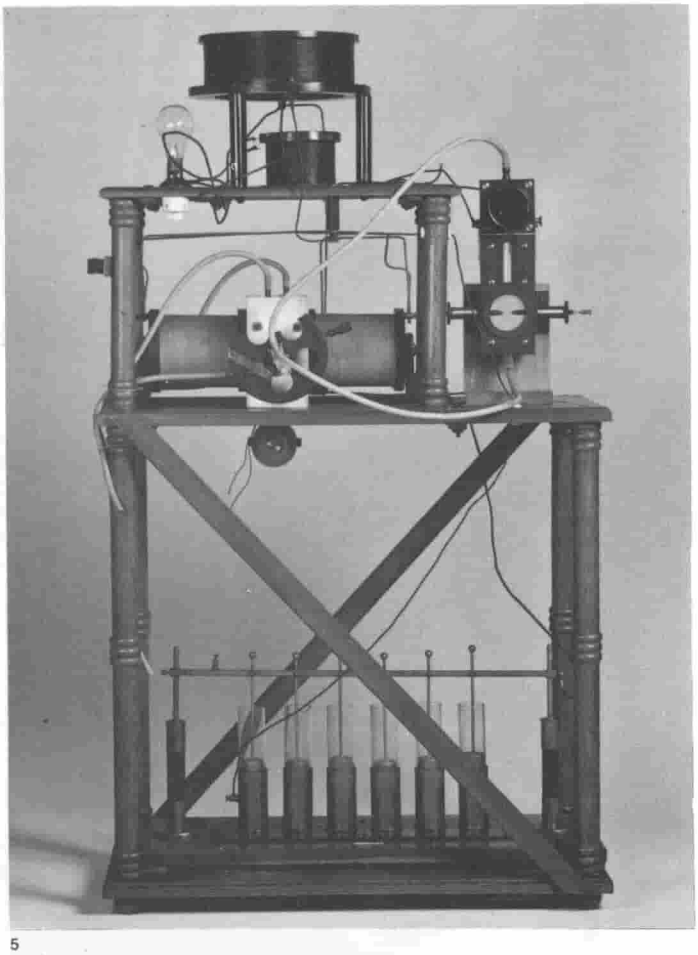
4

1 – Ricostruzione del telefotografo Perosino. Il dispositivo serve per l'analisi diretta di immagini dal vivo e può considerarsi la prima telecamera. In ricezione la sintesi dell'immagine avveniva per punti, mediante procedimento analogo al facsimile elettrochimico Meyer (1879).

2 – Fonografo a cilindro Edison. Costituisce il modello perfezionato del fonografo a cilindro di cera ideato da T. Edison nel 1877. Il movimento rotatorio del cilindro e di traslazione della tromba acustica erano ottenuti mediante un motore a molla (1902).

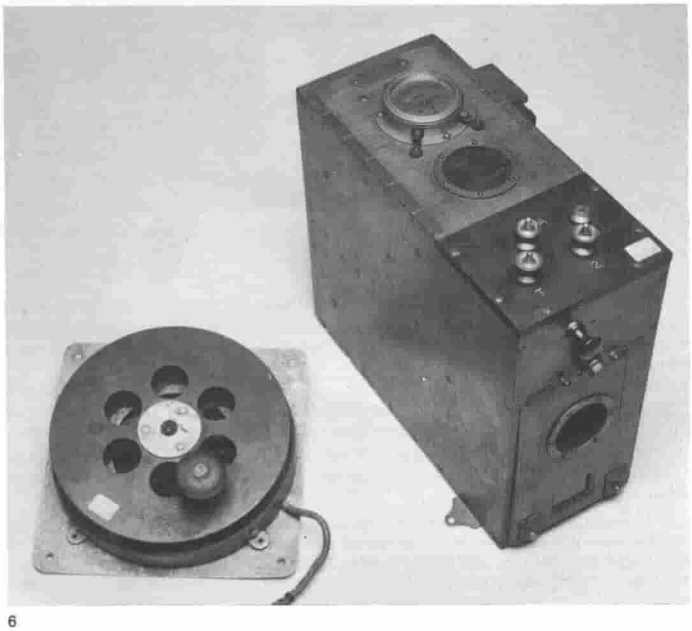
3 – Detector magnetico Marconi di produzione industriale. Tipico rivelatore ideato da G. Marconi nel 1902 e utilizzato per la ricezione dei radiosegnali a bordo della nave C. Alberto (1902).

4 – Grammofono a disco Columbia modello "Gran concerto". Costituisce il tipo perfezionato del grammofono a disco, ad impasto, ideato da Berliner nel 1887. Il movimento rotatorio del disco era ottenuto da un motore a molla; la tromba acustica munita di diaframma seguiva, mediante la puntina, l'incisione a spirale sul disco (1910).



5

7



6

8

5 – Complesso radiotelefonico trasmittente ad arco Poulsen, utilizzante – per la modulazione – il microfono ad acqua di Quirino Majorana. Analogo tipo fu impiegato per le definitive esperienze attuate a Monte Mario (Roma) nel 1910.

6 – Radiotrasmettitore a scintilla "marconcina" con tamburello per antenna filante. Esso fu utilizzato a bordo di aerei ricognitori, durante la prima guerra mondiale (1915).

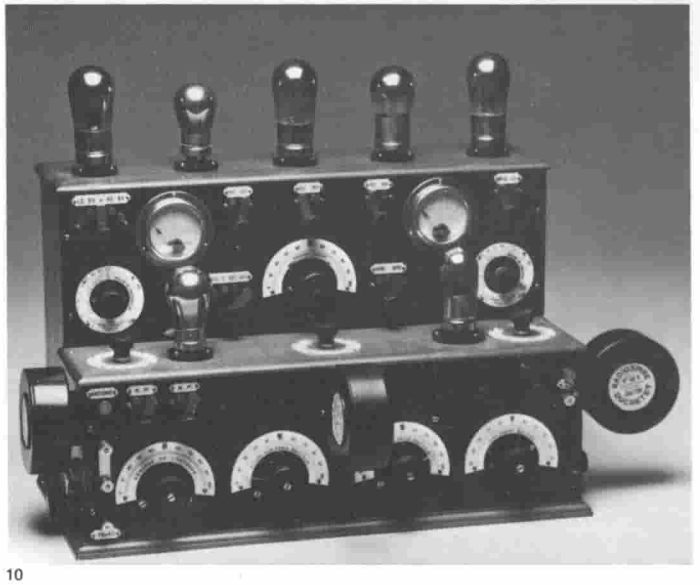
7 – Radiotrasmettitore a onde persistenti (a due valvole) utilizzato dall'esercito francese durante la prima guerra mondiale (1918).

8 – Radioricevitore a cristallo di galena Western Electric (1921).

9 – Radioricevitore Marconifono V2. Gamma onde medio-lunghe; circuito rivelatore più amplificatore di radio frequenza; 2 valvole; alimentazione a batterie (1922).

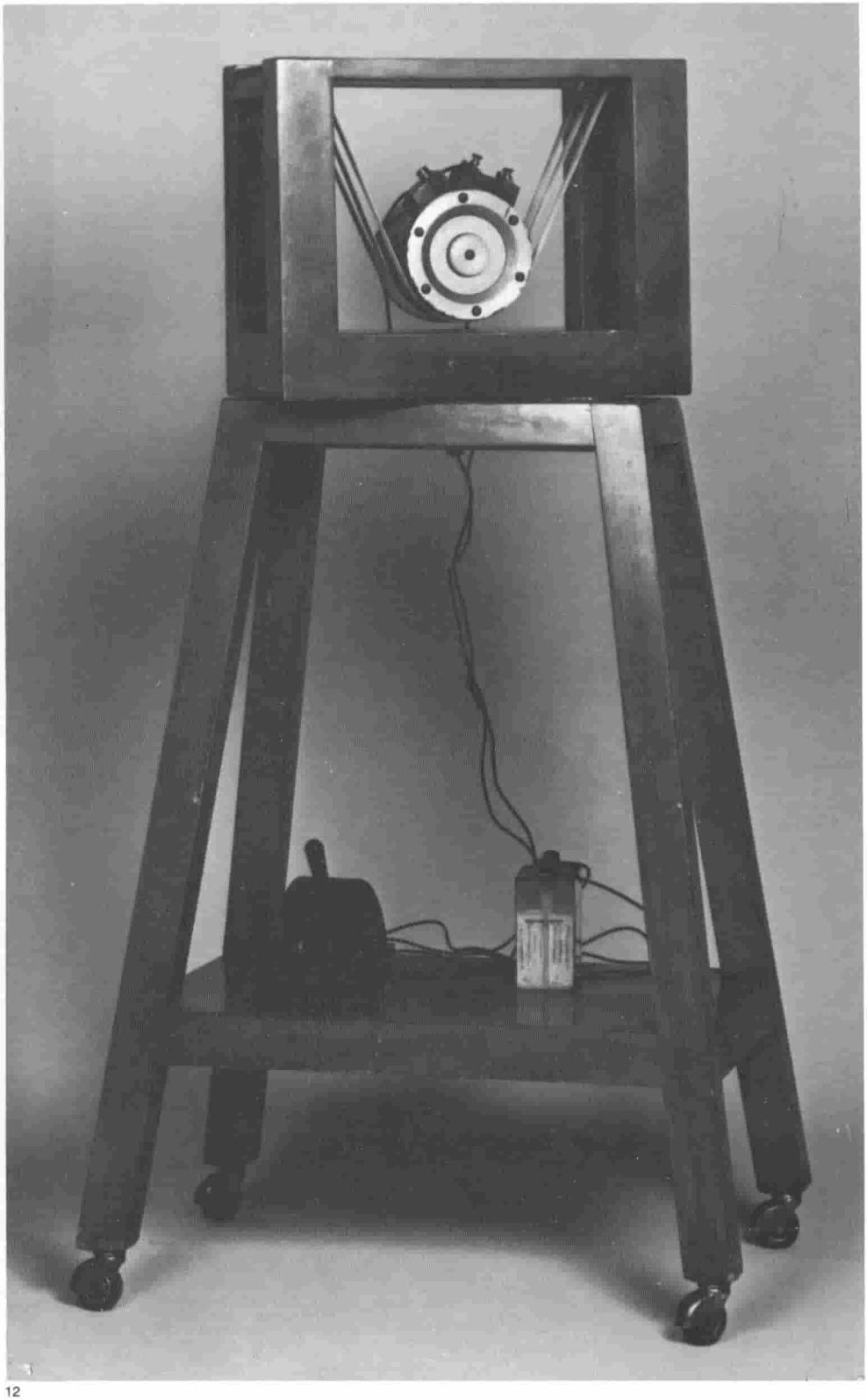
10 – Radioricevitore Ducretet tipo "mod. 1 bis". Gamma onde medie e lunghe a bobine intercambiabili da 200 a 3700 metri; circuito a cambiamento di frequenza; 7 valvole; alimentazione a batterie; 1923; (collezione Mario Vercellati - Milano)

9



10

11



12

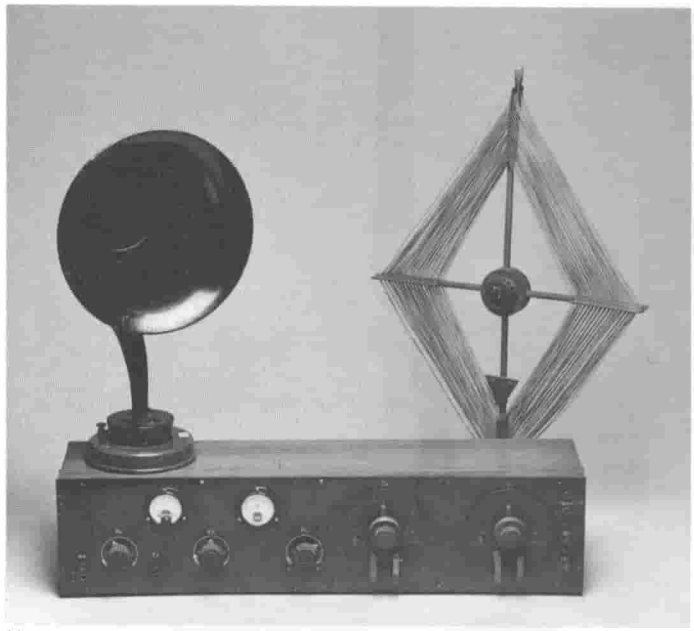
11 – Radioricevitore a cristallo di galena Siti-Doglio tipo "R.C.". La sintonia era ottenuta spostando il cursore sulla bobina (1923).

12 – Microfono a bobina mobile Marconi Co. (G.B.) tipo "Round-Sykes", montato su stativo mobile. Venne utilizzato nello studio di via Maria Cristina 5 (a Roma) per la prima trasmissione radiofonica dell'U.R.I., il 6 ottobre 1924.

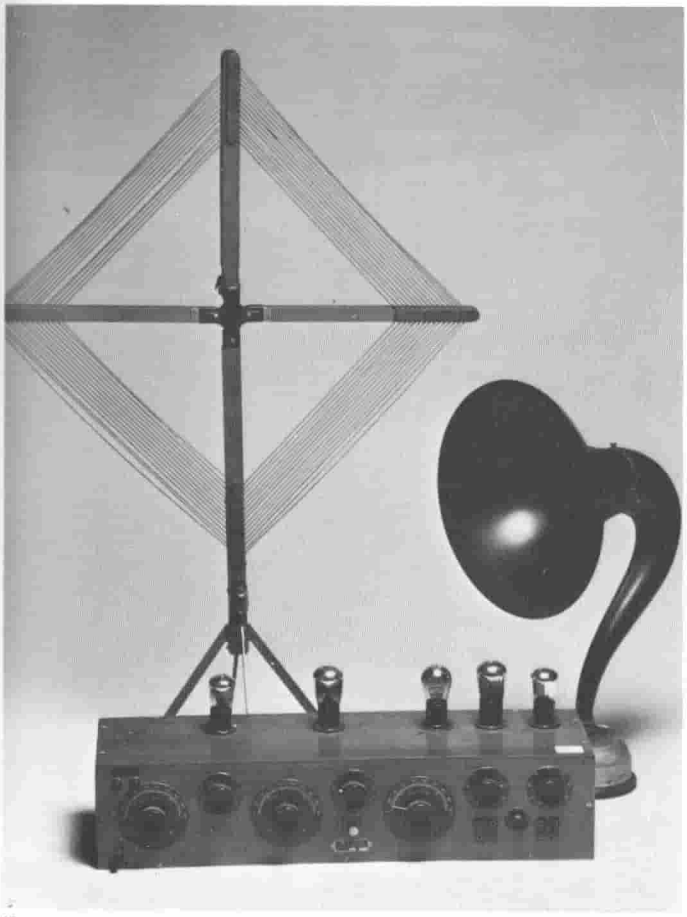
13 – Radioricevitore Siti-Doglio tipo "R31" utilizzato dall'ing. Marchesi, primo direttore della Radio italiana (1924). Gamma onde medio-lunghe a bobine intercambiabili; circuito "endodina"; 5 valvole; alimentazione a batterie; antenna a telaio "Siti" (1924); altoparlante a tromba "Grawor", 1924 (proprietà famiglia E. Chiaves-Marchesi - Torino).

14 – Radioricevitore Allocchio-Bacchini, tipo "Radialba" R 82. Gamma onde medio-lunghe; circuito supereterodina; 8 valvole; alimentazione a batterie (1924); altoparlante a tromba "Brown" elettromagnetico (1924); antenna a telaio (1924).

15 – Radioricevitore a valigia Ducretet. Gamma onde medio-lunghe a bobine intercambiabili; circuito ad amplificazione diretta; 6 valvole tipo "bigriglia"; alimentazione a batterie; antenna a telaio e altoparlante a cono, inseriti nel coperchio (1926).



14

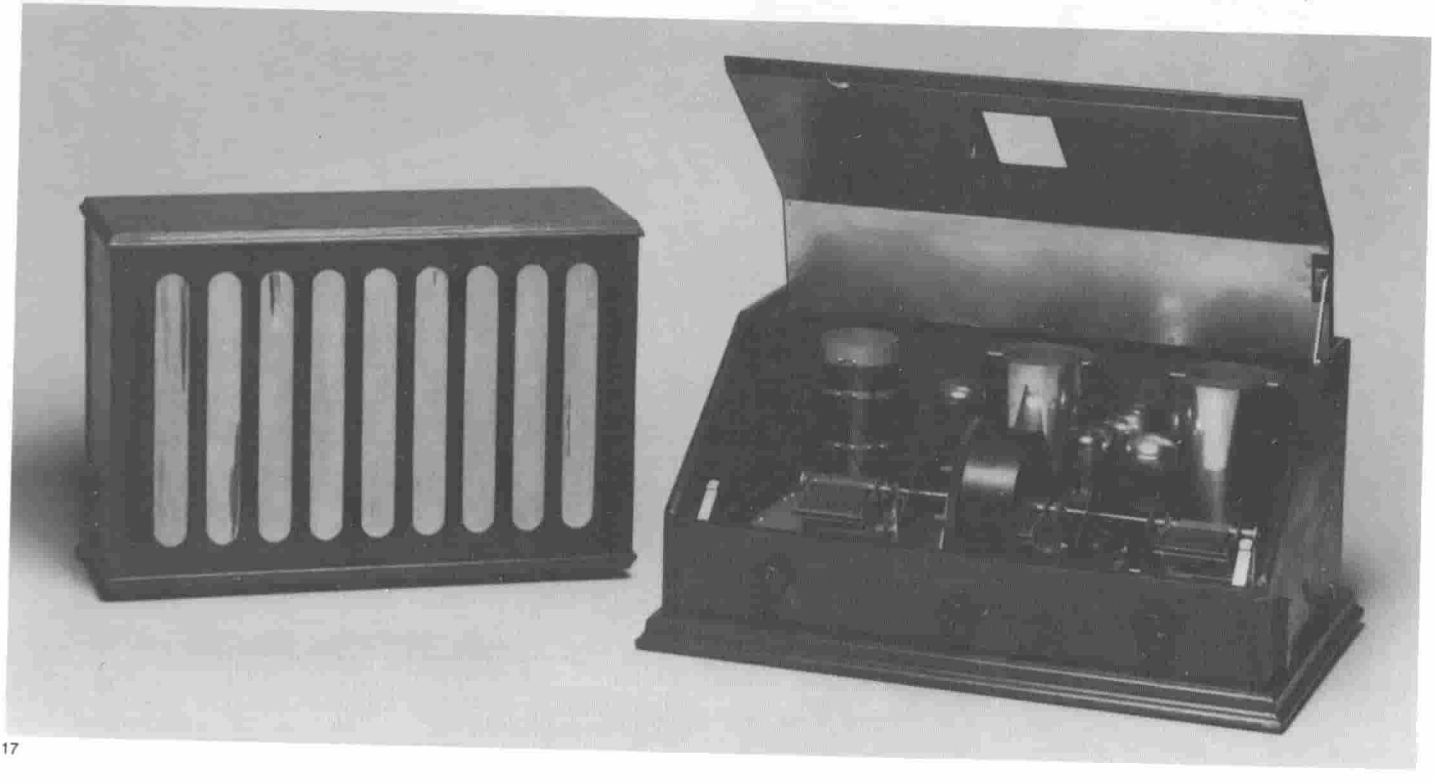


13

15

16

18



17

19

16 – Radioricevitore Orthodyne, tipo "Bonhomme". Gamma onde medio-lunghe; circuito supereterodina; 7 valvole; alimentazione a batterie (1927); alimentatore anodico "Fedi" utilizzato, in sostituzione della batteria a pile, per l'alimentazione diretta dalla rete di distribuzione elettrica (1927); antenna a telaio (1927); altoparlante a cono "Celestion" (1927).

17 – Radioricevitore Telefunken. Gamma onde medie; circuito a reazione con schermature in rame; 5 valvole; alimentazione a batterie (1926); piccolo altoparlante Telefunken, con membrana tipo "Archophon" (1926).

18 – Microfono a sospensione elastica per auditorium Marconi Co., tipo "Reisz", a polvere di carbone (in blocco di marmo, 1927).

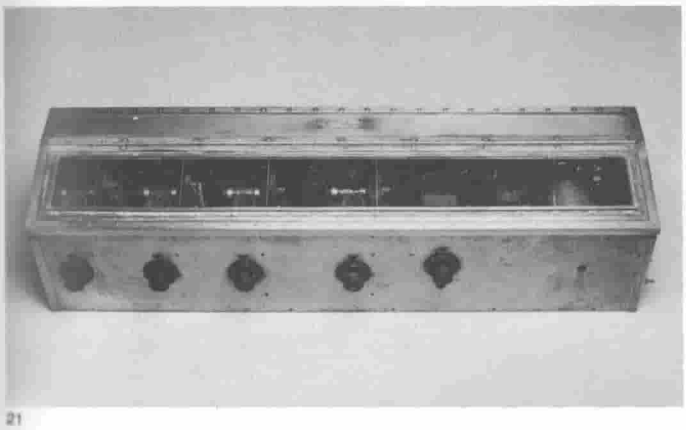
19 – Radioricevitore a onde medio-corte Burndept. Gamma onde medio-corte; circuito; valvole; alimentazione a batterie. Analogo apparecchio fu utilizzato dal radiotelegrafista G. Biagi e contribuì al salvataggio dei naufraghi del dirigibile Italia frantumatosi, nel maggio del 1928, sui ghiacci del Polo Nord (1927; Collezione Giò Battista B. Simonetti - Ventimiglia, Imperia).

20 – Radioricevitore Ramazzotti, tipo "RD8". Gamma onde medie, circuito supereterodina, completo di altoparlanti a tromba "Brown", antenna a telaio ed alimentatore anodico Philips (1927) (collezione Giuseppe Calderara - Lambrugo, Como).

21 – Moltiplicatore di frequenza Marconi, tipo "MAS.OSC. Amplifier", del trasmettitore OC Prato Smeraldo, Roma, E.I.A.R. Il circuito è costituito da 5 stadi in controfase per un complessivo di 10 valvole. L'utilizzo di elevate frequenze determinava la necessità della completa schermatura metallica del complesso (1929).

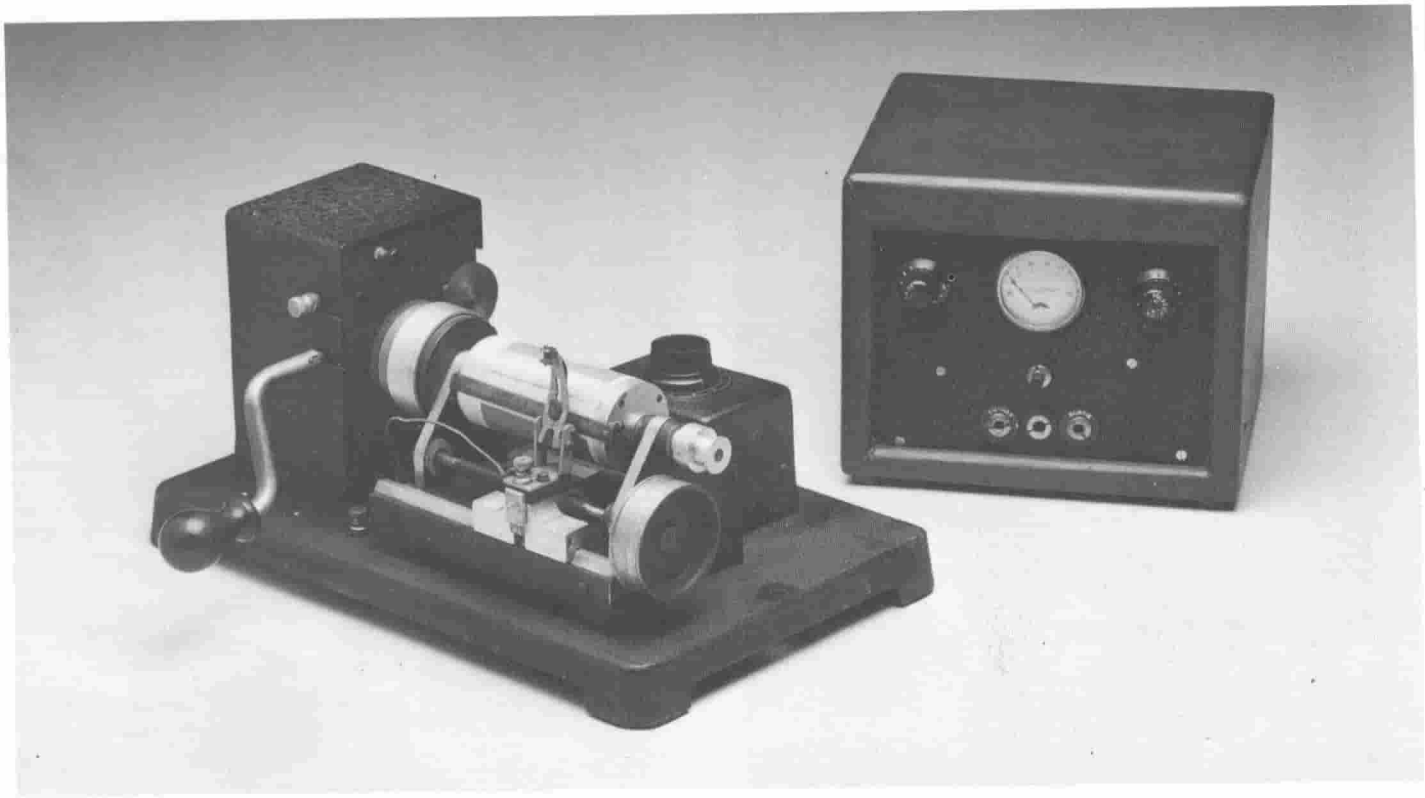
22 – Radioricevitore RCA, tipo "Radiola 60". Gamma onde medie; circuito supereterodina; 9 valvole; alimentazione dalla rete di distribuzione elettrica (1928). Altoparlante a cono RCA tipo "103" (1928).

20

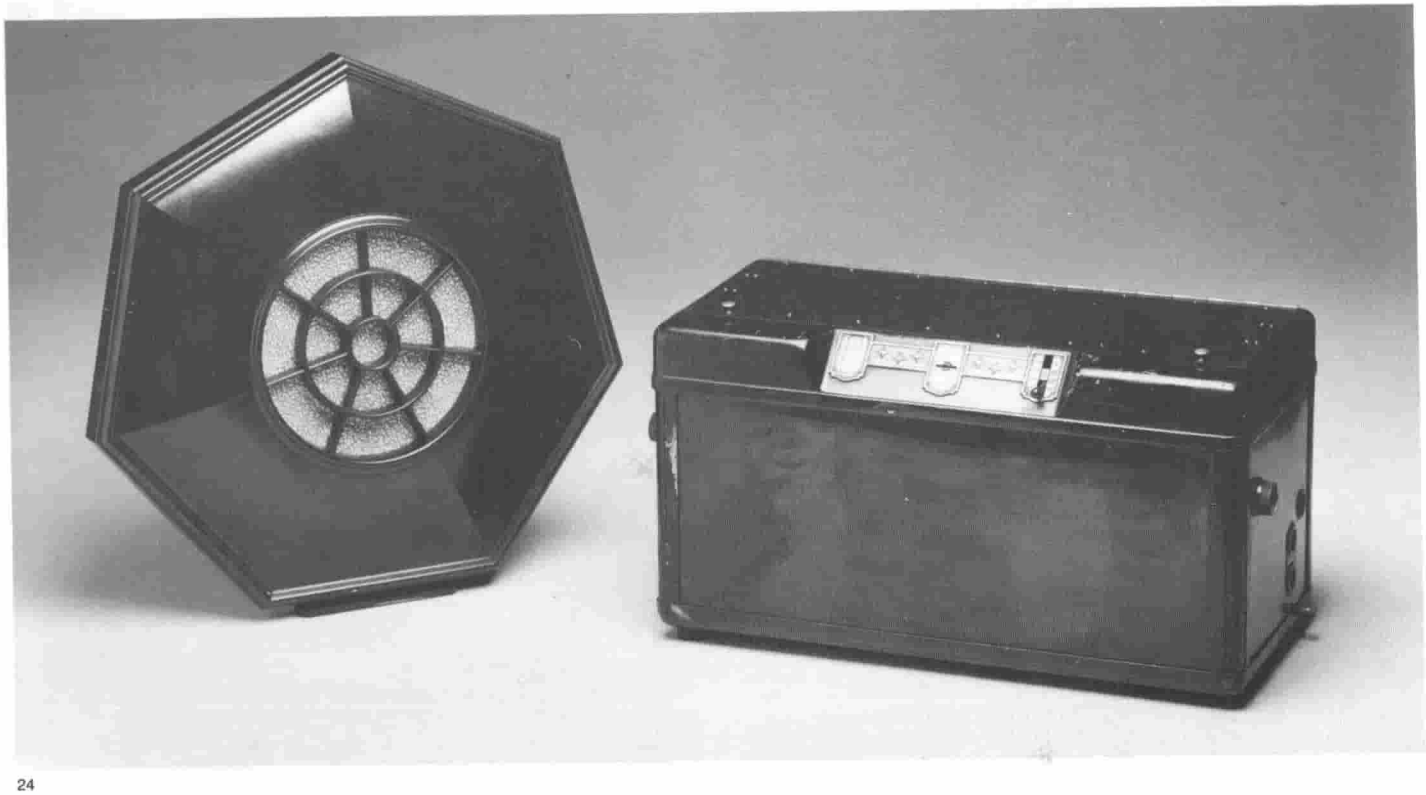


21

22



23



24

25

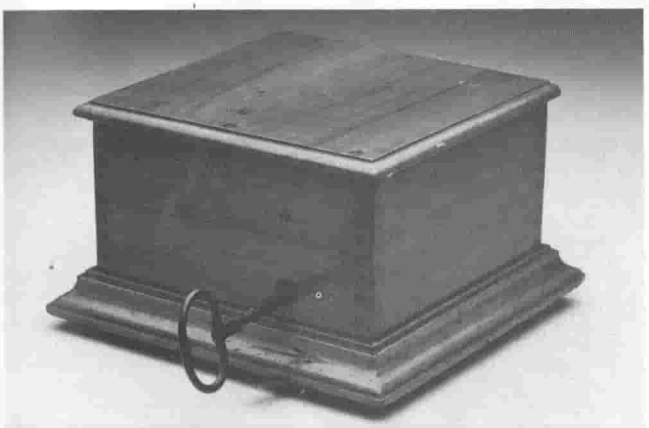
23 – Registratore elettrochimico d'immagini, con demodulatore, tipo "Belin". Era utilizzato per la ricezione d'immagini di attualità in connessione con un radioricevitore. Tale procedimento fu utilizzato da alcune stazioni radio emittenti durante il periodo 1929-30 (1929).

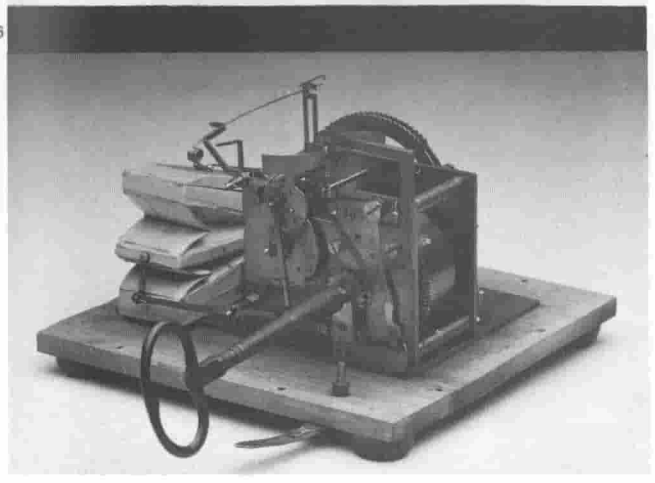
24 – Radioricevitore Philips, tipo "2571". Gamma onde medio-lunghe; circuito ad amplificazione diretta; 4 valvole; alimentazione dalla rete elettrica; tipico mobile in bachelite stampata (1930). Altoparlante a cono Philips, tipo "2109" (1930).

25 – Registratore magnetico a filo d'acciaio, tipo "Poulsen". Questo dispositivo deriva dal Telegrafono omonimo, ideato nel 1900. La registrazione avveniva su sottile filo d'acciaio armonico. Rappresenta il prototipo dei successivi modelli di tipo industriale (1930).

26 – Uccellino della radio, con motore a molla e mantice per attuare il segnale d'intervallo delle stazioni radio italiane (1932).

27 – Radioricevitore Philips, tipo "831 A". Gamma onde medie; circuito a reazione; 4 valvole. Questo tipo di apparecchio segna la transizione tra i modelli "compositi" e quelli a soprammobile con l'altoparlante incorporato. La scala di sintonia è ancora ad indicazione numerica (1932).





26

27

28

30

29

31

28 – Microfono a condensatore per auditorium RCA (1934).

29 – Radioricevitore popolare italiano "Radiorurale". Gamma onde medie; circuito supereterodina; 5 valvole. L'apparecchio era di tipo "standard", realizzato da diverse case costruttrici e propagandato per l'incremento dell'ascolto nelle campagne, 1934 (collezione Giuseppe Calderara - Lambrugo, Como).

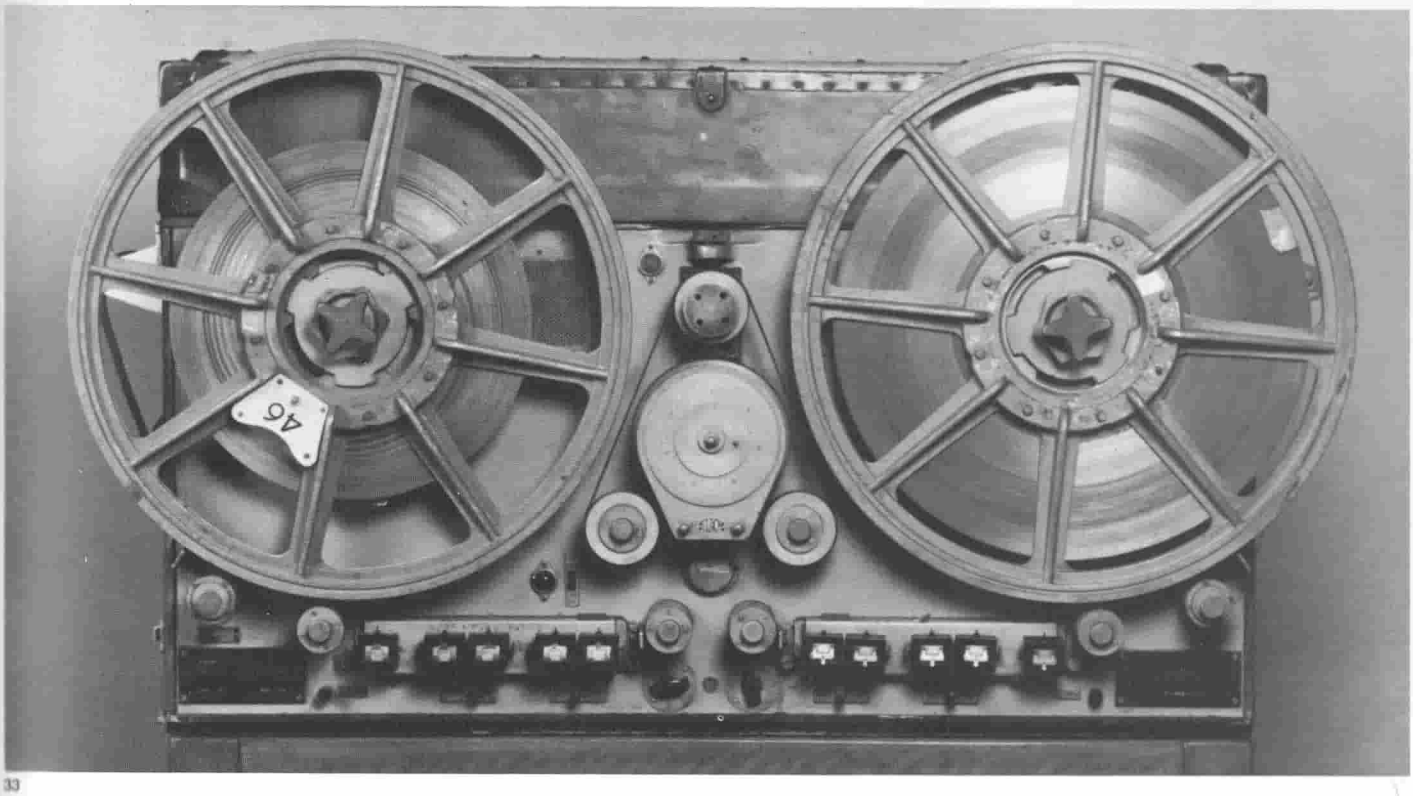
30 – Radioricevitore Arel, tipo "Lumeradio". Gamma onde medie; circuito supereterodina; 5 valvole. Tipica esecuzione di soprammobile a doppia funzione (1938).

31 – Radioricevitore popolare italiano Radiobalilla. Gamma onde medie; circuito Reflex; 3 valvole. L'apparecchio era di tipo "standard", realizzato da diverse case costruttrici e propagandato per l'incremento dell'ascolto nelle famiglie italiane (1937).

32 – Radioricevitore popolare tedesco Kleinemphänger. Gamma onde medie; circuito a reazione; 3 valvole. Realizzazione di tipo autarchico per ridurre i materiali e i costi al minimo, 1938 (collezione Romualdo Gianni - Vimercate, Milano).

33 – Registratore magnetico su nastro d'acciaio Lorenz, tipo "Blattnerphon" (1935). Veniva utilizzato per la registrazione magnetica di programmi radiofonici da trasmettere in differita. Durata massima 65 minuti. Alcune bobine di nastro magnetico, registrate ca. cinquant'anni fa, permettono a tutt'oggi una chiara riproduzione (1935).

32



33

34

35

36

37

34 – Radioricevitore Phonola, tipo "547". Gamma onde medio-corte predisponibili; circuito supereterodina; 5 valvole. Esemplare di radioricevitore a soprammobile, a forma di telefono, in bachelite stampata; design arch. Castiglioni e arch. Caccia Dominioni (1939).

35 – Radioricevitore di minime dimensioni Radio Marelli, tipo "Fido". Gamma onde medie; circuito supereterodina; 5 valvole tipo "Balilla"; alimentazione diretta senza trasformatore. Rappresenta l'apparecchio piú piccolo dell'epoca. Sintonia a "permeabilità variabile" (1938).

36 – Radioricevitore Imcaradio, tipo "Multigamma I.F.871". Otto gamme di onde corte-medie-lunghe; circuito supereterodina; 7 valvole; strumento indicatore di sintonia. Rappresenta uno dei piú prestigiosi radioricevitori del tempo (1939).

37 – Radiofonografo Ducati, tipo "RR3404". Gamma onde corte-medie-lunghe; circuito supereterodina; 5 valvole; giradischi elettrico a 78 giri, a ribaltina. 1940 (collezione Romualdo Gianni - Vimercate, Milano).

38 – Radioricevitore di tipo aeronautico "AR 18". Sette gamme da 200 a 520 KHz e da 0,7 a 22 MHz; circuito supereterodina; 6 valvole; alimentazione universale. Tipico esemplare, in uso presso l'aeronautica militare italiana, utilizzato nella seconda guerra mondiale (1940-45).

39 – Radioricevitore professionale Hallycrafter, tipo "Sky-Rider" SX28.6. Gamma da 550 KHz a 43 MHz. Supereterodina a doppia conversione, a selettività variabile e controllo automatico di volume; 15 valvole (1942). Tipico radioricevitore di tipo professionale e di uso dilettantistico (collezione Giovanni Volta - Torino)

38

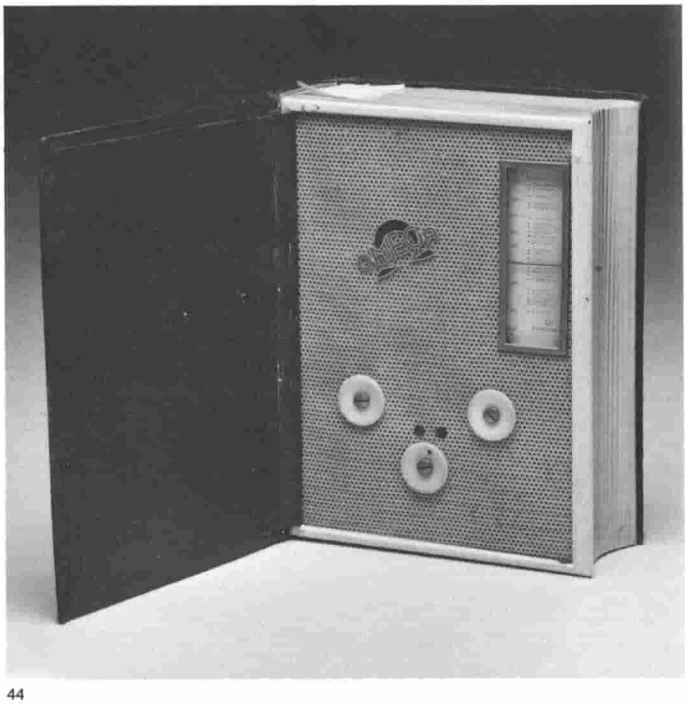
39

40

42

43

41



44

40 – Microfono "dinamico" per auditorium RCA tipo "44" (1944).

41 – Radioricevitore semi-professionale Zenith Transoceanic. Sette gamme d'onda: corte-medie-lunghe; circuito supereterodina; 8 valvole "miniatura"; alimentazione universale; antenna a stilo e a telaio incorporata nella custodia, 1946 (collezione Romualdo Gianni - Vimercate, Milano).

42 – Radioricevitore tascabile Emerson. Gamma onde medie; circuito supereterodina; 4 valvole "miniatura"; alimentazione a pile; antenna a telaio nel coperchio. Rappresenta l'apparecchio portatile più piccolo, prima della comparsa dei transistor (1946).

43 – Radiotelevisore Emerson tipo "628". Tipico ricevitore utilizzato per la ricezione delle prime emissioni su 13 canali in VHF e della radio-diffusione in onde medie e in modulazione di frequenza. Ventuno valvole; cinescopio da 10" (1948).

44 – Radioricevitore Omega Radio "Voci dal mondo", a forma di libro. Gamma onde medie; circuito supereterodina; 4 valvole "Miniatura"; alimentazione a pile; antenna magnetica. Curiosa esecuzione a forma di volume rilegato, con l'accensione comandata dall'apertura del frontespizio (1950).

45 – Radioricevitore per automobile Aster tipo "702/12". Gamma onde medio-corte; 4 valvole; circuito supereterodina; altoparlante incorporato; alimentatore a batteria. Tipico esemplare montato su Fiat 1100 (1950).

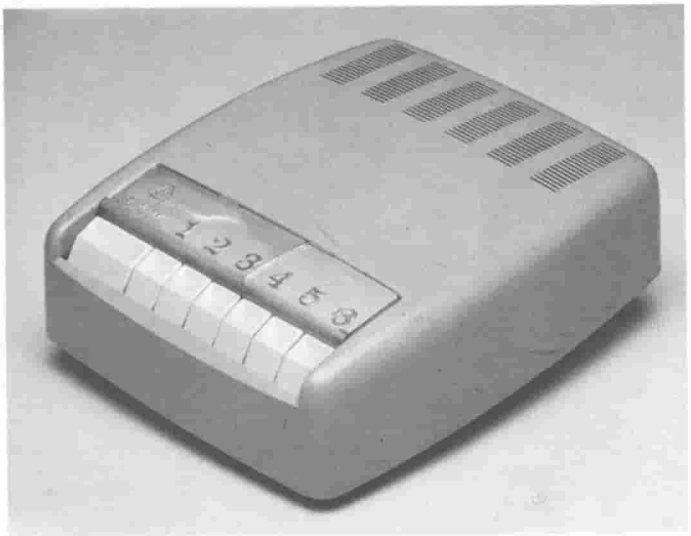
46 – Registratore magnetico portatile Nagra tipo "II b". Apparecchio magnetico utilizzante nastro "Nagra" di ridotta dimensione, alimentato a pile e con motore a molla, adatto per radiocronache e interviste volanti (1955).

47 – Radioricevitore per onde corte Geloso, tipo "G 209 R". Gamma 10-11-15-20-40-80 metri; 12 valvole + 1 stab. di tensione + 1 stab. di corrente. 2 raddrizzatori al selenio, 4 quarzi; alimentazione universale; potenza assorbita 90 Watt; peso 12,5 kg. Tipico modello realizzato in Italia per uso amatoriale, sulle bande assegnate: la stazione si completa con l'unità trasmittente di analoga linea (1956; collezione Silvano Rebola - Torino).

45

46

47



48

48 – Sintonizzatore per filodiffusione Siemens, tipo RFD 4068, a sintonia predisposta per la ricezione di 6 canali in M.A., irradiati su rete telefonica nella gamma O.L. 178 kHz - 211 kHz - 244 kHz - 277 kHz - 310 kHz - 343 kHz. Banda di frequenza riproducibile 60 ÷ 12.000 kHz ± 2 dB; 3 valvole + 1 raddrizzatore al selenio (1959). Doveva essere collegato alla presa-fono di un radioricevitore o a un diffusore acustico amplificato.

49 – Ricevitore per filodiffusione Phonola, tipo "FD3B", a sintonia predisposta per la ricezione di 6 canali modulati in ampiezza su rete telefonica nella gamma O.L. 178 kHz - 211 kHz - 244 kHz - 277 kHz - 310 kHz - 343 kHz. Rivelazione di frequenza 60 ÷ 12.000 kHz ± 3 dB. 3 valvole + 1 raddrizzatore al selenio (1962).

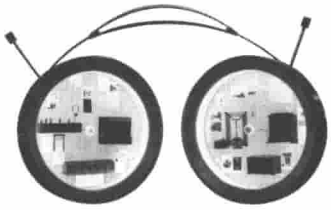
50 – Complesso radio ricetrasmittente mobile, a onde corte, Allocchio-Bacchini, montato su automezzi Fiat 1500 in dotazione alle radiosquadre (1965). Con tale mezzo i radiocronisti restavano in diretto collegamento radio con la postazione fissa.

49

50

la Radio
e la sua forma

Pagina mancante



GIANFRANCO BETTETINI

LA RADIO COME MEZZO DI COMUNICAZIONE

1. Nata per informare a distanza e, quindi, per distribuire soltanto una certa quantità di sapere, la radio ha ben presto conseguito i livelli dell'espressività e dello spettacolo, sfruttando uno solo dei sensi che costituiscono l'apparato umano. La sua comunicazione ha cioè immediatamente superato la soglia del dato e della notizia, il livello di una scrittura neutrale e strumentale, per coinvolgere emotivamente ed esteticamente l'ascoltatore, per farlo partecipe di uno scambio nel quale venissero in qualche modo rispettate la sua autonomia e, in certi casi, addirittura la sua creatività (perché anche la fruizione può implicare creatività).
La stessa televisione può essere considerata come una derivazione diretta della radio: nonostante i primi balbettanti tentativi di teorizzazione del nuovo mezzo, forse perché affascinati dalla presenza di un'immagine visiva in movimento, gli attribuissero come ascendente il cinema, ci si è un poco alla volta convinti tutti dell'errore. È la radio che genera la televisione, sia dal punto di vista tecnico (la ricerca fu gestita nell'ambito dell'industria radiofonica), sia dal punto di vista dei linguaggi e delle forme discorsive piú frequentemente praticate: i generi televisivi che la storia del piccolo schermo ha piú prepotentemente portato alla ribalta sono quasi tutti recuperabili nelle avventure della produzione radiofonica, cosí come avviene per quasi tutte le tipologie di tattica comunicativa nei confronti dell'utenza.
La televisione accentua e arricchisce l'aspetto informazionale del messaggio, ne aumenta le possibilità di contenuto, ma, nello stesso tempo, lascia poco margine all'attività integrativa dello spettatore. La radio ha sempre conservato, invece, nei confronti del mezzo televisivo, una maggior disponibilità dei suoi testi verso la suggestione, verso l'apertura di senso, verso una possibile artisticità: è forse per questi motivi che la radio non è stata cancellata dalla televisione, ma è uscita dalle crisi in cui l'ha spesso gettata l'invadenza della figlia recuperando "suoi" spazi, "sue" autonomie insostituibili di comunicazione.
Mezzo caldo per eccellenza, ha trovato le emergenze piú significative della sua storia nel dramma, nell'invenzione fantastica, nel realismo poetico articolato sul suono delle voci, sui rumori, sulla stessa atmosfera misteriosa del suo apparato invisibile.
Se si volessero qualificare semplicisticamente i due mezzi, si dovrebbe porre la radio dalla parte della fantasia e della rielaborazione creativa, anche nei momenti di maggior impegno informativo; la televisione, invece, finirebbe dalla parte di un realismo mediamente privo di poeticità e di stile: un realismo frutto di una tendenziale, completa specularità e, quindi, fatalmente teso verso una fredda piattezza. La radio si manifesta quasi sempre come uno strumento nelle mani dell'uomo; la televisione come una macchina rincorsa dagli uomini, nella fase della produzione e in quella del consumo.

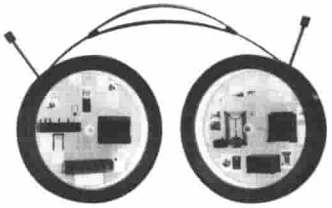
2. È uno strumento di comunicazione cosí importante, la radio, e ancora tanto socialmente pregnante, che ha rischiato negli ultimi anni di mettere in crisi la tradizionale unidirezionalità di tutti i mass-media. Per una serie di circostanze diverse, di natura culturale, politica ed economica, coincidenti con l'avvento delle emissioni private, la radio ha, infatti, tentato di dare la parola al suo ascoltatore, attribuendo al telefono una funzione fondamentale nel suo esercizio. Si è fatto ricorso al telefono non solo come strumento integrativo di programmi già sufficientemente strutturati (risposte a quiz, giudizi e pareri raccolti al livello di sintetici questionari, ecc.), ma, addirittura, come funzione portante di alcune trasmissioni e di interi generi discorsivi. Per mezzo del telefono la radio si è aperta all'utenza invertendo il senso di direzione del messaggio, o ha spostato il suo centro di irradiazione, collocandolo qua e là, in una topografia densa di suggestioni e di sintomi per l'immaginario dell'ascoltatore. Con il telefono la radio sembrava acquistare la possibilità di un *feed-back* in tempo reale, la cui negazione aveva da sempre costituito una delle qualifiche caratterizzanti tutti gli elementi delle comunicazioni di massa. Un poco spinta dal dibattito politico, che richiedeva partecipazione e accesso ai media, un poco condizionata dalle mode culturali dell'estemporaneità e della rinuncia al rigore strutturale del testo, un poco vittima delle ristrettezze economiche nelle quali si è quasi sempre dibattuta la sua programmazione (anche nel settore pubblico), la radio ha finito per mettere in scena una vera e propria *performance* continua della conversazione, della parola in libertà, della casualità e dell'apparente equivalenza (o, me-

glio, scambio paritetico) dei ruoli di chi trasmette e di chi riceve. In questa corsa verso il telefono è stata inseguita ancora una volta dalla televisione, che si è appropriata dello stesso apparecchio con risultati di ben minore efficacia.
La televisione e, soprattutto, la radio sembravano essersi trasformate in manuali di comportamento interlocutivo. Ma ci si accorse ben presto che anche l'affannosa rincorsa della parola in "diretta" si inseriva nelle premesse che regolano il tradizionale comportamento delle comunicazioni di massa: anzi, finiva per legittimarle e per rinforzarle. Il rischio era, ed è, quello che i media si costruiscano una convincente immagine della loro apertura verso l'utenza, del loro desiderio di coinvolgimento diretto. Mettendo in scena la conversazione, radio e televisione possono anche fingere di arrivare a quel rapporto conversativo con l'ascoltatore, che la loro forma istituzionale impedisce, almeno per il momento, di realizzare. E cosí il telefono, dopo le avventure di tante confessioni pubbliche, di tante testimonianze di vita, addirittura di interventi "politici" diretti (come l'episodio del corteo di Bologna e della trasformazione di una radiocronaca in funzione direttiva della stessa manifestazione), è ritornato ad un ruolo complementare nell'economia della programmazione.
L'epoca del telefono ha, comunque, coinciso con un'altra scelta di linguaggio e di atteggiamento comunicativo da parte della radio: una scelta nella quale si iscriveva lo stesso telefono e le cui conseguenze non si sono ancora esaurite. Negli anni '70, infatti, la radio ha elevato la "presa diretta con la realtà" al ruolo di un mito, di una ragione di esistenza. L'ascoltatore sembrava destinato ad essere immerso in un sogno di potenza, di onnipresenza, di controllo totale e sembrava affinarsi nella pratica di "vivere" le cose di seconda mano. Questo onnivoro presenzialismo indiretto, rincorso anche dalla televisione, è il frutto di una sovrabbondante profusione di immagini sonore e visive: l'aura delle cose sembra svanire di fronte al loro doppio riprodotto illimitatamente, con il rischio che il cliente del grande venditore di fantasmi divenga cieco di fronte al particolare irripetibile della sua esperienza quotidiana e diretta.
Ma la radio, anche in questa situazione critica di trasformazione della realtà in un simulacro autonomo e non riferito ad alcun fondamento, conserva sempre una sua dimensione di privilegio nei confronti dell'esercizio televisivo: quella di essere solo parzialmente mimetica nel rapporto con il suo oggetto e di dovere, quindi, sempre e comunque, affidarsi al lavoro interpretativo e rielaborativo del suo ascoltatore.

3. Si comprende, quindi, come l'avvento della televisione non abbia potuto sconfiggere e distruggere la radio proprio nei suoi valori di comunicazione. La televisione ha comportato sensibili trasformazioni nella gestione del mezzo radiofonico, perché gli ha rubato alcune forme di spettacolo, rendendole piú pregnanti al livello dell'utenza di massa con l'integrazione visiva, e perché lo ha spinto a colmare questi vuoti con l'invenzione di pratiche discorsive piú strettamente pertinenti alla sua struttura comunicativa e, soprattutto, alle modalità che ne andavano sempre piú caratterizzando l'uso dopo l'invasione dei teleschermi. La radio portatile, la radio a transistor, la radiolina non sono state solo invenzioni e produzioni di comodo, tese alla diffusione del mezzo in qualunque ambiente e in qualunque situazione, ma hanno comportato un decentramento, fisico e psichico, del luogo di ricezione del segnale, la perdita di ogni ritualità nell'ascolto e, quindi, un modo di ricorrere allo scambio comunicativo molto diverso da quello formalizzato dalla tradizione.
Nella diffusione di questi modelli miniaturizzati (che, ancora una volta, l'industria elettronica sta cercando di proporre anche per la televisione, con problemi ovviamente molto piú complessi) non ha avuto un ruolo determinante soltanto la progressiva riduzione dei loro prezzi, ma anche un nuovo tipo di disponibilità e di attese nei confronti del mezzo. La radio è andata cosí trasformandosi, nei paesi dell'opulenza televisiva, in una compagna discreta, a volte in un semplice sottofondo sonoro, a volte in un flusso di comunicazione che consente un'attenzione discontinua, le cui punte forti possono essere subordinate alle disposizioni dell'ascoltatore, al tipo di attività nella quale è impegnato, alla qualità dei messaggi, alla curiosità, alla competenza, al caso.
Cosí come esistono zone geografiche nelle quali la radio vanta ancora una supremazia pressoché assoluta nell'ambito delle comunicazioni di massa, esistono stratificazioni psicologiche e sociali in tutto il mondo, anche nei paesi piú ricchi e industrializzati, nelle quali la radio costituisce un punto di riferimento indispensabile del quotidiano: a volte, quasi una dimensione alternativa e personalizzata all'invadenza dei mezzi piú potenti e omogeneizzanti. Da un tam-tam tribale la radio è andata trasformandosi in un oggetto che induce ad usi soggettivi: in un piccolo, quasi intimo strumento che consente tanto il rapporto con il mondo, quanto l'arricchimento di una solitudine, contingente o duratura. Ma tutto ciò si è verificato in armonia con la storia di questo mezzo di comunicazione a distanza.
I maggiori successi conseguiti nella sua gestione sono, infatti, individuabili, come già si accennava poco sopra, nell'ambito di una messa in scena suggestiva perché fondamentalmente povera, limitata al suggerimento di una prospettiva di senso, costruita piú per mezzo di sintomi che non di segni: una messa in scena che necessita di una partecipazione integrativa da parte dell'ascoltatore e che, nello stesso tempo, non si impone al suo mondo; una messa in scena che aspetta l'attenzione dell'ascoltatore per attualizzarsi secondo un compromesso fra le potenzialità ad essa immanenti e quanto lo stesso ascoltatore intende fare della proposta radiofonica.
Sceneggiati e radiodrammi, quindi, e musica e letture e rumori d'ambiente; ma anche programmi implicanti una grande partecipazione comunicativa (e, spesso, emotiva) in entrambi i luoghi dello scambio: collegamenti eccezionali, voci di ambientazione e di commento dei conduttori, voci ritualmente indicative dei protagonisti. Tutti questi successi, anche nei tempi precedenti l'avvento della televisione, potevano rivolgersi ad una massa, ma implicavano un ascolto personalizzato, carico di suggestioni fantastiche. Si può pensare che l'uso della radio da parte dell'ascoltatore non sia mai stato di natura collettiva nelle sue manifestazioni piú appropriate e pertinenti, ma fondamentalmente orientato dalla (e verso la) soggettività del recettore. La forzata riunione di massa di fronte all'altoparlante che trasmette a distanza la voce del dittatore rappresenta la versione degenere e contraddittoria di un uso congruente con le caratteristiche del mezzo, cosí come l'ascolto in gruppo della cronaca sportiva ne rappresenta la versione ludica.
Ora, nel momento in cui tutto l'apparato radiofonico si è spostato verso una scelta comunicativa che privilegia il riferimento al singolo e, spesso, solitario ascoltatore, il mezzo sembra aver storicamente trovato un ruolo e una funzione sostanzialmente adeguati alle caratteristiche dei suoi linguaggi e, quindi, difficilmente deformabili e sostituibili. Forse, tutta la forza della radio sta proprio nel suo felice compromesso fra la sua struttura tecnica, che la colloca nell'ambito dei mass-media, e la dimensione personalizzata, potenzialmente libera, degli scambi comunicativi ai quali offre la sua disponibilità. Uno strumento delle comunicazioni di massa che non riesce (forse non può) a massificare la propria utenza.

Silvio Gigli, forse il primo divo della radiofonia postbellica.

Nunzio Filogamo al termine di uno spettacolo (1949).



ALBERTO ABRUZZESE

LA RIVOLUZIONE RADIOFONICA

Solo qualche anno fa, almeno in Italia, si usava il termine "immaginario" avendo in mente qualche cosa di estremamente vago. Ci si riferiva soprattutto alla tradizione dell'antropologia culturale; molto meno alle tecnologie dell'informazione; si pensava piuttosto alla letteratura e al cinema, ma non ai flussi delle notizie, ai dispositivi del tempo libero, ai ritmi del vissuto metropolitano. Oggi per immaginario si intende l'insieme dei modi con cui si *vive* un determinato ambiente. Il corpo entra in campo insieme all'attività della mente. E il corpo è "servito" da molti attrezzi tra cui la "radio". Tuttavia si è disposti a ragionare sul mezzo radiofonico come segmento autonomo e separato dell'informazione, supponendone una storia antropomorfa, dalla debole infanzia alla rigogliosa maturità sino alla senescenza nei tempi dominati dalla televisione. Piú raramente si è riflettuto sulla radio come parte organica di un sistema complesso e dunque con uno sviluppo che non è lineare.

L'uso del termine immaginario, la sua stessa fortuna ermeneutica, appartiene alla civiltà di massa; infatti, di solito, si parla di immaginario collettivo. Cosí, la radio ci è parsa sempre meno rilevante quanto piú perdeva in graduatoria rispetto ai grandi media. La società post-industriale torna a farci ragionare sull'"individuo", sul "singolo". Dallo scenario di una massa compatta e indivisibile, di un pubblico onnivoro, siamo passati allo scenario di una massa puntiforme, segmentata in piccoli e grandi insiemi di attori-spettatori che, interagendo tra loro, dovrebbero (il problema nazionale è proprio questo) formare un sistema complesso. In tale complessità, che esiste tendenzialmente anche se non trova forme di regolamentazione e di sviluppo organico, l'immaginario individuale non si cancella nell'immaginario collettivo, cerca anzi e trova tecnologie adeguate o trasforma le tecnologie a disposizione. La radio è una di queste. Oggi può "tornare" come per la telematica è tornata l'antico, domesticissimo, dimenticato "telefono".

Ed ancora. L'immaginario, che finalmente abbiamo individuato come *attività del corpo*, si scompone e ricompone continuamente in diversi linguaggi, diversi anche se ciascuno di essi, nel proprio investimento corporale, non risulta semplice e puro come lo hanno definito le grammatiche, ma opera invece in modi ibridi e contaminati. Nel corso dei processi di industrializzazione e tecnologizzazione della vita i linguaggi del corpo si sono andati miscelando in forme diverse, di volta in volta facendo forza su una attitudine espressiva piuttosto che su un'altra. La storia della "pubblicità", nel senso piú completo e ricco del termine (almeno dal momento in cui si accese la fantasmagoria delle merci) coincide con la storia dell'immaginario tecnologizzato. E sappiamo che le tecniche pubblicitarie sfruttano la visibilità, la pregnanza, l'"ascolto" dei messaggi iconici o musicali o verbali che siano, ma può ricorrere anche a linguaggi subliminali, sommersi, inconsci. Può ricorrere ai poteri terapeutici del colore o del suono, individuati e sfruttati dalla ricerca scientifica, quella di guerra e quella di pace. In questo senso la radio ha svolto e va svolgendo una funzione privilegiata: nella miscela sempre mutante dell'immaginario essa ha colpito l'individuo non solo con ondate o forme definite di informazione ma anche con scorie e "battute" di tipo subliminale, come musica d'ambiente, come "colonna sonora", come "sussurri e grida". Non possiamo piú ricostruire questa sua funzione di "sottofondo", questa sua capacità alchemica, medicamentosa, eccitante o analgetica. Ma se ne può riconoscere la potenza nel grado sofisticatissimo che la "civiltà del rumore" ha oggi raggiunto. E, si badi a questo perché vi tornerò piú avanti, il lavoro radiofonico di cui si sta parlando, essendo il risultato di infinitesimali "particelle quotidiane" (l'ascolto frammentario di una frase, il punto di contatto tra una notizia ed una situazione, o un gesto o un odore o un evento o una emozione ecc.) è un lavoro (proprio nel senso fisico del termine) che si è svolto quasi interamente fuori da ogni controllo politico-istituzionale. Quella parte di *finish* del prodotto (e del consumo) che riguarda l'"imprevedibilità degli elementi".

Come già accennavo sopra, l'immaginario collettivo non è la somma pura e semplice di tutti gli immaginari individuali e questi non funzionano separatamente dal corpo della collettività, cosí come questo non funziona senza un singolo corpo, che ne sia l'*input* e l'*output*. La radio, in prima istanza almeno, agisce sul suono e sulla parola e cioè sulla sostanza primordiale dell'espressione. È musica e "melodramma". Questa sua pregnanza di "suono" la colloca nei linguaggi che trascendono il corpo, che si sol-

levano da ciò che ha la pesantezza della materia, nei linguaggi dell'"anima" (se si vuole fare riferimento alla ripresa della tradizione platonica e di quella romantica da parte della psicanalisi). E, d'altro canto, il costituirsi della radio come veicolo della voce, come trasmissione della "parola" la colloca nella sfera dei linguaggi razionali, del comando. Da un lato il "femminino" dell'anima; dall'altro lato gli insegnamenti, l'educazione, del "padre". L'assenza di immagine è la sua forza poiché, ancora nel pieno del vivere metropolitano, nel trionfo ancora dell'immagine industriale ("definita" e "riproducibile" entro rigorose connotazioni spazio-temporali), la radio ha potuto "superare i limiti dell'immagine", superare, con grande ricchezza informativa, i "limiti del visibile". Ed è ciò che la fa accedere "naturalmente" al post-moderno.

È il rapporto "narrativo" (costruzione di percorsi, di drammatizzazioni, di favole, di conflitti e agnizioni) tra musica e voce la risorsa che nella radio accumula "memoria" nell'immaginario collettivo. La radio ha costituito un comparto fondamentale per la memoria contemporanea. Anche in questo caso l'accumulo di dati (sempre "riscaldati" dalla dimensione emotiva che li ha prodotti e consumati) è avvenuto in modi solo molto parzialmente controllati e controllabili. Ma anche se disponessimo di un archivio completo, la memoria di cui intendo parlare sarebbe difficilmente ricostruibile. Ci manca un indice praticabile per questa enciclopedia del sapere. Proprio perché non si tratta soltanto di "saperi" ma di "vissuti". Ed allora ci avvicineremo ai contorni, almeno, di tale memoria o ad alcune delle sue zone piú calde, solo se potessimo accumulare a nostra volta una documentazione "orale" su cosí tanti anni di ascolto. È un lavoro indiziario che ci manca.

In ogni caso la consapevolezza di una memoria cosí grande e ormai tanto fortemente "esistente nell'esperienza" quanto "sconosciuta al sapere", ci dimostra il punto finale di contatto tra società dell'informazione e pratiche di computerizzazione della conoscenza.

Non esistono storie della radio dal punto di vista dell'immaginario; perché in questione non c'è la difficoltà di reperire un metodo o di selezionare il materiale significativo. Il problema è scoprire ciò di cui si deve parlare (il problema non a caso vale anche per la televisione mentre per il cinema si è fatto come se si trattasse di letteratura). Potremmo ricorrere, per le origini, all'uso marinettiano del linguaggio radiofonico. Ma ciò ci direbbe molto piú sulla letteratura futurista che sull'immaginario radiofonico. Molto meglio allora lavorare su *I quattro moschettieri* di Nizza e Morbelli: molti ancor oggi ne parlano, un po' meno ricordano, ma come potremmo ricostruirne il testo?

Potremmo procedere per nodi storico-tematici. Ad esempio ritengo molto importante la prova neorealista di Pratolini con il radiodramma intitolato la *Domenica della buona gente* (punto di giuntura tra radio, letteratura e cinema; testo chiave per il rapporto tra materiale autentico e simulato, ma soprattutto tra sceneggiatura, territorio, storia e vita quotidiana). Ma come costruirci intorno un campione di trasmissioni credibile, come andare avanti?

Piú facile sicuramente scrivere la storia dell'apparato radiofonico e, tra le righe, fornire dati e valutazioni sulla "qualità" dei suoi programmi, delle sue opere e dei suoi autori. Ma nella griglia di queste storie spesso il discorso sull'immaginario, tranne rarissime eccezioni (dovute a solidi impianti teorici), risulta inevitabilmente falsato o mortificato. L'analisi di tipo istituzionale interferisce con quella di tipo linguistico.

La distinzione, operante in modo esplicito o inconsapevolmente attiva nel ragionamento, tra radio come "apparato di stato" (sino a quando, almeno, non esplose il fenomeno delle radio libere) e radio come segmento rilevante dell'immaginario collettivo, è una distinzione comprensibile e forse legittima se si pensa all'effettivo scarto tra capacità di dominio sulla "notizia" e capacità di controllo sulla "finzione", scarto che ha caratterizzato da sempre la politica del "palazzo". Vale a dire di uno Stato a cui sempre è sfuggita la cultura del mercato, l'effervescenza dell'immaginazione, le risorse del "piacere", la capacità innovativa dei bisogni privati.

Ma al di là di questo dato strutturale (cosí radicato nella tradizione nazionale da inibire e adulterare lo sviluppo dell'industria culturale e della civiltà di massa in Italia), ci dovremmo decidere a studiare ed analizzare l'evoluzione della nostra radio sulla base di metodi e teorie che sappiano "incorporare" in una sola visione le funzioni istituzionali ed ideologiche quanto quelle piú "quotidiane", piú capillarmente vissute dalla massa.

Per procedere in questa direzione risulta necessario partire dalla natura stessa del mezzo. La radio, appunto, grazie alle proprie potenzialità "politiche" di strumento per il consenso, rese possibile il recupero dei valori "comunitari" della piazza, prima, e della famiglia, poi (quando l'attrezzo negli anni '30 divenne acquistabile a basso costo); valori che il primo ciclo dei processi di industrializzazione aveva notevolmente indebolito. Certo tanto la piazza, quanto il nucleo domestico, a partire dalla loro tecnologizzazione radiofonica, non esprimeranno piú i valori comunitari di un sistema a basso indice di socializzazione, ma quelli estremamente piú "mobili" di una civiltà industriale moderna.

La radio, dunque, come strumento di modernizzazione. Una storia complessa, anche da questo punto di vista, per la complessità stessa del quadro istituzionale italiano. Ma alla radice l'innovazione piú sostanziale riguardò (e per questo ha pesato sulla formazione del linguaggio televisivo, e tutt'ora torna a pesare come laboratorio sperimentale della comunicazione post-industriale) il rapporto tra linguaggio e territorio. Appunto, via via nel tempo, i rapporti tra città e campagna, la vita del quartiere, le dinamiche tra centro e periferia, le traiettorie automobilistiche, le strategie familiari dell'appartamento, l'ascolto in cuffia.

La rivoluzione radiofonica è consistita soprattutto nell'introdurre una "comunicazione per flusso". Una comunicazione cioè, che si avvicina ai movimenti quotidiani del corpo ed anche si sottomette alle sue esigenze. È la nascita della radio che ha segnato il lento tramonto del cinema, la necessità della televisione, il destino dell'uomo verso la telematica. È la radio che ha sfondato i rapporti spazio-temporali, i ritmi narrativi dell'"opera" rappresentata in sala, ed ha veramente reso "simultaneo" il mondo.

Ma vediamo meglio alcuni nodi tematici nel farsi stesso dell'apparato dagli albori al sistema "complesso" del presente. Intanto va detto che la scintilla che ha prodotto la radio in Italia appartiene alla sfera dell'iniziativa privata, non solo nazionale, e che dunque tra gli anni '20 e gli anni '30 assistiamo allo slittamento dell'apparato dai fini quasi esclusivamente economici per lo sfruttamento del mercato dell'indotto alla strategia per il consenso di massa, alla statalizzazione dell'etere, quindi al controllo delle nuove potenzialità dell'immaginario collettivo. È importante ricordare questa fase di superamento della dimensione privata in quella pubblica (e del suo legame profondo con la crescita planetaria dell'informazione e dell'industria culturale negli anni '30), perché in questi nostri ultimi anni abbiamo vissuto il processo inverso.

Un secondo tema assai rilevante per tutto il periodo che va dalle origini sino agli anni '50, ma anche successivamente seppure in modo diverso, riguarda la funzione assolta dalla radio come "traduttrice". Traduzione della "scrittura" (anche di quella per il teatro) in voce-suono. Insisto nel sottolineare

che ciò avviene esattamente nel periodo di massima crescita e strutturazione di quella che forse anche correttamente (almeno sino agli anni '70) è stata chiamata la "civiltà dell'immagine". Ed invece la radio assunse lo straordinario compito di riformulare e riprodurre tutto l'immaginario scritto e rappresentato in un linguaggio privo di immagini. Certo furono compiute anche altre operazioni "divulgative", a parte quelle strettamente informative e "moltiplicative" come la musica, e ad esempio una funzione primaria fu quella di attrarre nell'orbita radiofonica scrittori e intellettuali come Vincenzo Cardarelli, Emilio Cecchi, Vitaliano Brancati, Corrado Alvaro, Francesco Jovine, Giuseppe Marotta, Leonida Repaci, ecc. Ma tutto ciò non ha paragone rispetto alla monumentalità di un mezzo che ha diffuso negli anni quasi tutti gli autori del mondo e del tempo.
Questa operazione di massificazione e socializzazione è difficile si è detto, da misurare e valutare. E piú facile individuare i momenti "culturali" delle reti radiofoniche dai dibattiti degli anni '30 tra Massimo Bontempelli (il "rumorismo" di Russolo), Anton Giulio Bragaglia, Alfredo Casella, Emilio Cecchi, Lucio D'Ambra, Marinetti e Ginna ai primi varietà di cronaca (celebre quello di Vittorio Veltroni intitolato *Arcobaleno*), all'"Approdo letterario" di Giulio Cattaneo, Manlio Cancogni e Adriano Seroni, alle *Norme per la redazione di un testo radiofonico* di Gadda, alle esperienze didattiche di "Classe Unica", alla celebre *Inchiesta sul neorealismo* compiuta da Carlo Bo o quella su *La letteratura e gli anni del benessere* curata da Giacinto Spagnoletti.
Ma l'operazione di traduzione ed adattamento di tutta la produzione testuale preradiofonica ha una portata straordinaria perché è un intervento orizzontale e quotidiano, capillare e legato al vissuto, alle culture, alle strutture comportamentali del grande pubblico. È il "magazzino" che funzionerà da transizione nell'universo televisivo, avendo già incorporato in sé il rapporto *vivo* tra testo e spettatore in una dimensione di "flusso", e cioè nella completa contrazione del tempo e dello spazio.
Un terzo livello d'analisi, infine, strettamente collegato ai precedenti, riguarda la funzione che la radio ha assolto come strumento di sperimentazione di nuovi bisogni espressivi; funzione che rappresenta uno dei contenuti principali del suo ruolo di "modernizzazione" e che quindi, proprio per questo, non è scorporabile anche dalla natura di apparato di controllo, di dispositivo "centralizzato", di istituzione ideologica della radio.
La radio ha abituato, acclimatato, organizzato l'uomo nel suo progressivo e traumatico ingresso nella "giungla" della civiltà metropolitana. Operazione tanto piú neces-

La prima annunciatrice della Radio italiana. M. L. Boncompagni. Sarebbe poi divenuta la prima diva della radiofonia italiana.

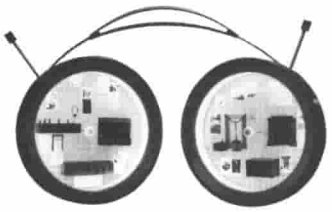
saria sul territorio italiano in cui i processi di metropolitanizzazione hanno avuto laceranti contrasti e discontinuità. La radio ha concesso ai linguaggi espressivi di superare il buio, i labirinti, le barriere, i vuoti e le assenze di un territorio altrimenti "incomprensibile". In altre parole ha tenuto conto "sin dall'inizio" della progressiva frantumazione e polverizzazione dell'immagine, ed invece della capacità diffusiva e orientativa del rumore. Dunque ha potenziato i linguaggi della fantasia, della simulazione, dei sentimenti e delle passioni. Ha sin dall'inizio cominciato a "fingere" il tempo e lo spazio, prima nelle stesse forme produttive (e di consumo) del cinema, poi in quelle della televisione ed ora in quelle "segmentate" e "puntiformi" della comunicazione computerizzata. Ha via via lacerato ogni perimetro e cornice realizzando di giorno in giorno contatti intensi tra il "punto" e la "massa", sino ad approdare nella "demenzialità" della vita presente.

Il termine "demenziale" è, a mio modo di vedere, estremamente appropriato anche se non esaustivo, certo, dell'attuale dimensione dell'immaginario radiofonico. Arbore ha fatto scuola, si pensi ad esempio a Mirabella (e va comunque detto che esistono altri segni di una forte professionalità radiofonica a cui qui non possiamo rendere giustizia). Anche la fase piú intensa di diffusione delle radio libere ha svolto il suo ruolo.

Il settore radiofonico pubblico, per una serie di ragioni che qui sarebbe difficile enumerare e documentare, ha potuto vivere alcuni segmenti di "serialità". Ciò in altre parole vuol dire che l'apparato radiofonico ha trovato punti di contatto tra organizzazione del lavoro, palinsesto, professionalità ed ascolto. In questo, spesso, "tiene" là dove il cinema italiano non è mai arrivato e dove la televisione riesce ad arrivare solo con l'acquisto di materiali di importazione o con alcune fasce orarie limitate.

Nella radio, meglio in alcune sue punte, troviamo dunque una cultura tecnologica del lavoro collettivo particolarmente vicina alla sensibilità del pubblico, anche se un pubblico delimitato e personalizzato. Esattamente come è avvenuto nel campo del fumetto italiano (la cui cifra d'avanguardia è appunto la demenzialità). Vi prevalgono i linguaggi del presente: piccoli mondi vitali in conflitto, frasi linguisticamente incoerenti ma passionalmente accese, subculture metropolitane e dominanti pubblicitarie, estremo localismo accanto all'estremo internazionalismo, contaminazione tra generi, tendenza alla dissacrazione e allo stesso tempo bisogno di religiosità, catastrofismo.

Le annunciatrici di Radio Roma: G. Scotti, M. L. Boncompagni, A. Belluci (copertina del «Radiocorriere» del gennaio 1931).



MAURO WOLF

IL PRESENTE DELLA RADIO

È certo che le strutture degli apparati radiofonici, gli stili espressivi del mezzo, le sue funzioni sociali, le tipologie di ascolto, sono profondamente mutate nel corso del tempo; è altrettanto certo che sono molteplici i fattori – tra loro connessi – alla base di tali mutamenti. È piú dubbio, invece, che oggi si possa parlare della radio con l'enfasi e il rilievo che talvolta vengono attribuiti a questo mezzo di comunicazione di massa. E non perché esso non sia importante, ma perché si è venuto a trovare e si trova in una fase di evoluzione del sistema complessivo dei mass media, che costringe a trasformare e modificare alcuni caratteri peculiari del mezzo stesso. La ridefinizione della radio è sotto gli occhi di tutti e non valgono ad esorcizzarla precarie attribuzioni di qualità comunicative che – nel funzionamento quotidiano del sistema globale dei media – faticano a sopravvivere.

Gli apparati della radiofonia – restando in un arco temporale recente – hanno dovuto affrontare una duplice "offensiva": la prima relativa all'equilibrio generale del sistema mediologico; la seconda, peculiare alla situazione italiana e rispetto ad essa, nuova. Entrambe ridefiniscono il mezzo radiofonico, sia nelle sue funzioni comunicative che nei suoi stili espressivi.

Il primo punto si riferisce alla progressiva "televisività" del sistema dei media. La Tv è il mezzo che "dà il tono" al complesso mediologico, che satura l'ascolto ed il consumo, è il settore trainante, anche nella definizione tematica dell'universo simbolico irradiato dalle comunicazioni di massa. Rispetto a questa tendenza (a sua volta suscettibile di ulteriori trasformazioni, come testimonia il riuso del televisore in qualità di terminale di una serie di servizi), indubbiamente la radio è stata costretta a ridefinire la propria identità: cercare spazi e funzioni autonome, peculiari, ottenere un contatto e una partecipazione del destinatario diversi e qualificanti, sono divenuti imperativi lungamente sperimentati, praticati attraverso vie differenti ma ugualmente finalizzate a non sancire una definitiva subalternità del mezzo radiofonico a quello televisivo.

Quale sia stato e sia l'esito di questi tentativi è difficile dire: un tratto significativo che si sta profilando in *tutto* il settore dei mass media, è quello del declino del pubblico di massa, dell'audience indifferenziata, per individuare invece settori specifici, mirati, di pubblico. Anche il mezzo radiofonico è in qualche modo costretto a seguire questa evoluzione generale, che può attraversare nelle maniere piú varie i diversi generi di programmazione. Ne sono esempi tutti quei programmi "settoriali" che per molti aspetti costringono – dal punto di vista dell'apparato e della professionalità che lo distingue – ad una progressiva specializzazione. I casi di emittenti qualificate esclusivamente nel campo dell'informazione o di certi generi musicali, sono il punto estremo di arrivo di una tendenza che però si sta generalizzando a tutti i mass media. Ma c'è un'altra conseguenza del "ridimensionamento" della radio rispetto alla Tv: essa riguarda l'uso, le funzioni e le abitudini di consumo. È ben noto che sempre piú spesso la radio viene usata come "rumore di fondo", come "basso continuo", accompagnamento ad una serie di altre attività che il destinatario svolge contemporaneamente all'ascolto. Tale tendenza sembrerebbe opposta alla precedente, nel senso di appiattire e (tendenzialmente) annullare qualsiasi specificità, a favore di un uso indifferenziato del mezzo.

In realtà, le due tendenze si collocano a livelli diversi ma collegati tra loro. La prima riguarda soprattutto la composizione interna del palinsesto radiofonico: la seconda è relativa a modelli d'uso del mezzo. Entrambe però sono una conseguenza, piú o meno diretta, della dinamica concorrenziale che si è venuta sviluppando tra i differenti mezzi. Nel primo caso il risultato è una specificità di messaggi direzionati a pubblici omogenei, nel secondo caso il risultato è una "nuova" funzionalità del mezzo a partire dal tipo dominante di consumo che ne viene fatto.

In entrambi i casi, comunque, la radio si trova bruscamente confrontata con la sottrazione di spazi, di forme espressive, di peculiarità che le erano proprie. Un esempio tra i molti possibili: chiunque si trova ad ascoltare un radiodramma o una riduzione radiofonica da qualche opera letteraria,

non può non percepire l'obsolescenza del genere, il suo irrimediabile appartenere ad un'altra epoca della radiofonia; se poi si confronta questo tipo di produzione con l'analogo televisivo (sceneggiato, oppure – con qualche differenza – telenovela, ecc.) il predominio della Tv nel sistema mediologico appare palese. Ed esso provoca inevitabilmente una ridistribuzione dei ruoli e delle forme espressive.

La seconda "offensiva" che la radio ha dovuto subire, è relativa al sorgere e al radicarsi dell'emittenza privata. Anche in questa prospettiva gli effetti sono stati rilevanti, ma mentre nel primo caso sono andati nel senso di ridefinire ruoli e funzioni della radio, nel secondo caso si è trattato soprattutto di una dequalificazione del linguaggio radiofonico. Su questo punto occorre estrema franchezza: interpretare il caos dell'emittenza radiofonica come un "caso italiano", peculiare ed interessante, innovativo ed addirittura esemplare, significa in buona parte sovrapporre alla situazione di fatto una lettura ideologica od ottativa.

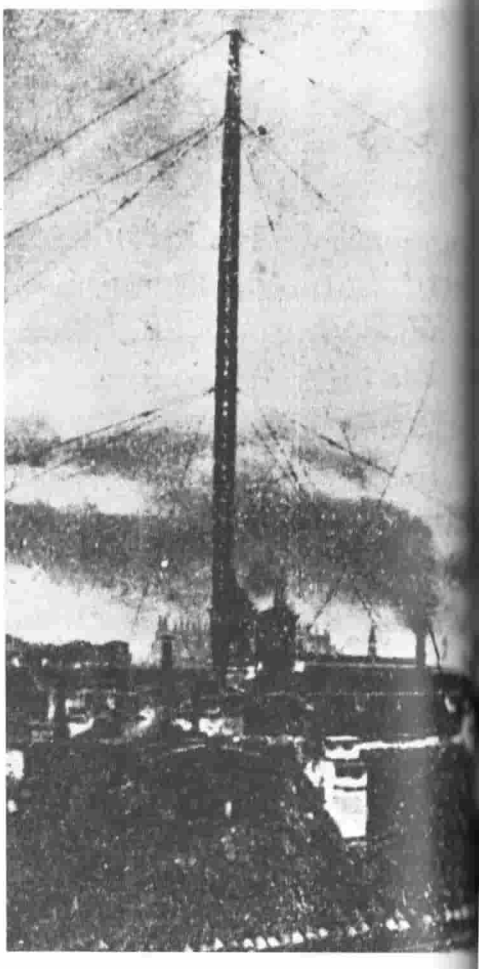
La qualità della programmazione nella maggior parte dell'emittenza privata, non è certo tale da rendere giustizia alle potenzialità del mezzo radiofonico. Esse, al contrario, sono – per molteplici ragioni (strutturali, economiche, professionali, ecc.) – largamente ignorate o non praticate abbastanza. Ne risulta che lo standard di linguaggio e stile radiofonico dominante (sempre nel campo dell'emittenza privata), lungi dall'evidenziare nuove e diverse possibilità e spazi per la radio, ha penalizzato e dequalificato anche quelli esistenti, che pur si andavano restringendo per i motivi accennati nel punto precedente.

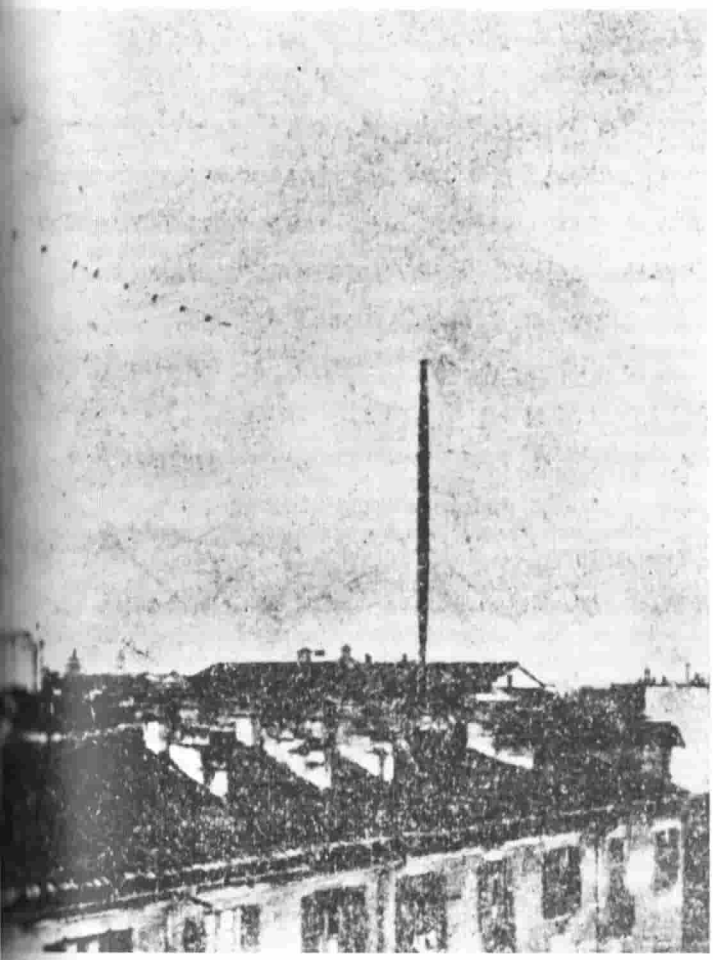
Salvo poche eccezioni (che però nel panorama generale rimangono tali), la cosí tanto enfatizzata possibilità di instaurare un rapporto comunicativo diretto, non piú unidirezionale, con il pubblico, si limita a telefonate stereotipate, pochi balbettii inseriti nel mare magno della programmazione musicale.

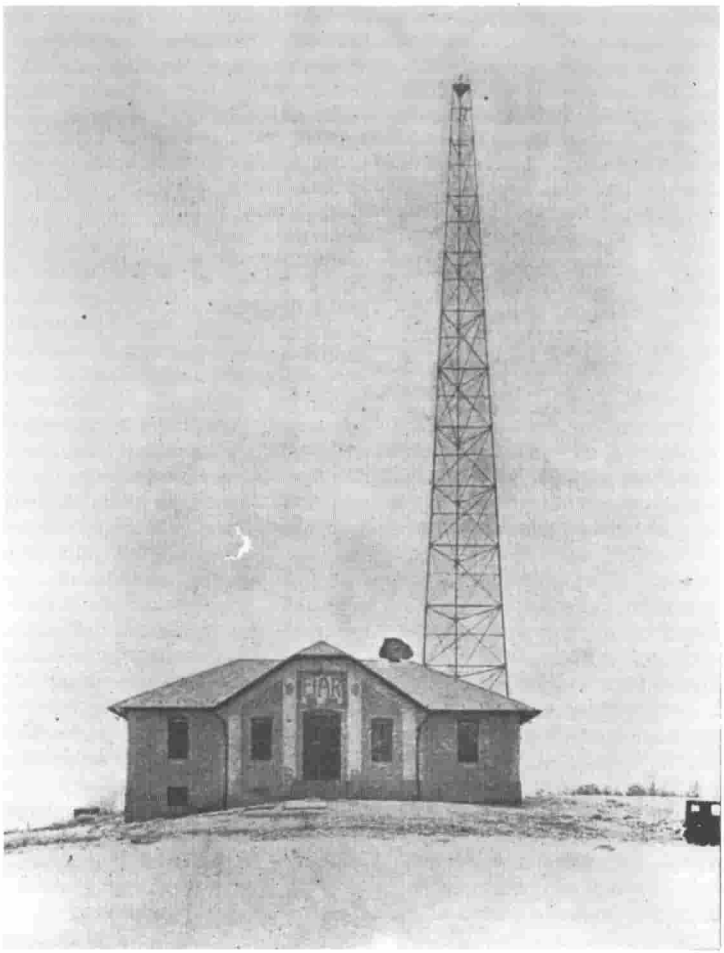
L'affannata rincorsa dell'emittenza pubblica alla concorrenza che erodeva quote consistenti di pubblico, ha, da parte sua, accentuato il processo di uniformazione del linguaggio radiofonico, in una specie di movimento a pendolo in cui gli estremi si susseguono. Infatti, ad un periodo postsessantottino in cui l'impostazione ideologizzante ed iperverbale della interpretazione della realtà attraversava qualsiasi intervento in molte trasmissioni, è succeduto lo stile giovanilistico che tenta di rincorrere audiences in larga parte già stabilmente emigrate su altri canali.

Il risultato è non solo una perdita di pubblico – inevitabile dal momento che la natura mista del mercato radiofonico diventa un dato di fatto – ma anche (e piú gravemente) una perdita di identità del mezzo radiofonico. Celebrarlo non solo come strumento comunicativo glorioso, utile ed importante, ma anche come un linguaggio potenzialmente innovativo ed ancora ricco di valenze espressive inesplorate, non è rendergli un buon servizio. Ma soprattutto, è un'operazione che implica una prospettiva fuorviante sugli sviluppi e sulle trasformazioni che i mass media conoscono e attraversano. Quale sia l'approccio piú produttivo, ce lo ricorda, già dal 1940, Lazarsfeld (*Radio and the Printed Page. An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*, New York, Pearce, p. 332): «la radio può facilitare molte tendenze verso la centralizzazione, la standardizzazione e la formazione delle masse, tendenze che sembrano prevalenti nella nostra società. Ma tra i molti sviluppi alternativi che ora possono essere prefigurati, assai pochi accadranno per un'"oscillazione della bilancia". Essi saranno piuttosto il risultato di potenti forze sociali che nei prossimi decenni influenzeranno la radio molto di piú di quanto essa non le influenzerà. È vero che le innovazioni tecnologiche hanno una loro tendenza intrinseca a generare mutamento sociale. Ma per quanto riguarda la radio, tutti gli elementi manifestano l'inverosimiglianza del fatto che essa abbia, di per se stessa, profonde conseguenze sociali nel prossimo futuro [...].

Se nel 1500 d. C. fosse stato fatto uno studio sulle conseguenze sociali della stampa, esso difficilmente avrebbe potuto prevedere tutti i cambiamenti che oggi attribuiamo alla sua invenzione. Nel quadro delle condizioni sociali di quel tempo, nemmeno l'analisi piú esaustiva del nuovo mezzo di comunicazione, avrebbe potuto condurre a previsioni utili. L'importanza assunta dalla stampa è largamente dovuta alla Riforma e alle grandi rivoluzioni occidentali nel sedicesimo e diciassettesimo secolo. Allo stesso modo, non possiamo sapere cosa significherà la radio negli anni a venire, perché non possiamo prevedere quali sviluppi sociali significativi sono imminenti. Possiamo solo essere sicuri che la radio da sola non modellerà il futuro. Ciò che noi, gente di oggi e di domani, faremo del nostro sistema sociale, è ciò che definirà storicamente il ruolo della radio».

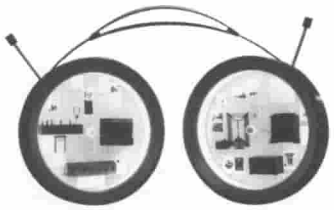






L'antenna della prima stazione di Milano (1925).

La prima antenna di radio Torino, all'Eremo (1928).



PEPPINO ORTOLEVA

LA RADIO E IL SUO PUBBLICO: VERSO UNA STORIA DEGLI ASCOLTATORI

1. «Si può calcolare il numero esatto dei grilli che cantano, in un dato istante, presso uno stagno in un'umida notte estiva?»: la derisione con cui fu accolta, nel lontano 1928, una delle prime proposte di un sondaggio della *audience* radiofonica sembra aver perseguitato, da allora, tutti quelli che si sono posti il problema di un'analisi e di una conoscenza, su basi scientifiche, del pubblico della radio, ed anche dell'altro grande mezzo fondato sul *broadcasting*, la Tv. In effetti, il problema del pubblico è, come ormai si sa, il grande paradosso di qualunque studio sui moderni mezzi di comunicazione: al pubblico è attribuito un ruolo centrale (sia che lo si voglia "servire" nel senso di dargli "ciò che gli piace", secondo l'ideologia legittimatrice della radiodiffusione commerciale, sia che il "servizio" consista nel fornirgli ciò che dovrebbe piacergli, secondo l'ideologia della radiodiffusione educativa), ma esso appare al tempo stesso inafferrabile, conoscibile solo per grandi aggregati, e congetturalmente; vasto al punto da coincidere con l'intera società, il pubblico della radio e della Tv è al tempo stesso frammentato fino all'inverosimile, all'interno delle singole case, ed ora delle singole stanze di una casa.

Se i sociologi e, tanto piú, i "sondatori", i professionisti delle analisi di pubblica opinione hanno trovato, col tempo, vie e prassi per aggirare la difficoltà, per fare i conti con il carattere paradossale della nozione stessa di pubblico radiofonico e televisivo (singolarmente, un po' angosciosamente, affine a quella di "popolo" in democrazia), per gli storici si tratta ancora di un autentico territorio di frontiera. Nelle mappe dei primi studiosi della storia delle comunicazioni di massa, cosí precise, a volte, per ciò che riguarda le vicende dei gruppi dirigenti e degli organismi aziendali dell'emittenza, cosí fitte di dati, oggi, su "palinsesti" e programmi, il pubblico fa un po' la figura dei proverbiali *leones*. Lo si è visto bene, per citare l'occasione piú recente, ad un seminario parigino sulle fonti per la storia della radiotelevisione, dove ai documenti per la storia del pubblico (dopo una fitta giornata su emittenza e programmi) venne dedicata un'ultima, e del resto imbarazzata, manciata di minuti. Ma basta guardare l'ormai massiccia letteratura italiana ed internazionale sulla storia della radio (e della Tv) per avere conferma della vastità della lacuna.([1])

Certo è che senza una storia della ricezione e dell'ascolto, è impossibile che la storia delle comunicazioni passi dall'attuale fase essenzialmente istituzionale ad una realmente "sociale", capace cioè d'intendere i moderni *media* non come strumenti a senso unico ma come parti di un complesso sistema di circolazione sociale dell'informazione; certo è, soprattutto, che l'avventurarsi nell'*Hic sunt leones* della storia del pubblico radiofonico è condizione fondamentale per superare quella letteratura della radiofonia "dall'alto verso il basso" che ha finora dominato in questo campo di studi.

L'imbarazzo che si riscontrò in quel seminario parigino aveva, naturalmente, ottime ragioni. Quello che manca, per orientarsi nel deserto, sono proprio i punti di riferimento, le tracce: i termini storiografici, le fonti. Quali sono, infatti, i documenti che si possono usare, e che sono stati in effetti usati, per provare a ricostruire la storia della radio dal punto di vista degli ascoltatori? La storia degli abbonamenti alla radio e/o delle vendite di apparecchi è, indiscutibilmente, uno strumento di conoscenza prezioso: ci permette di ricostruire i ritmi e gli scompensi della penetrazione dei nuovi mezzi di comunicazione all'interno di una società, di evidenziare le differenze, nell'accoglienza riservata alla radio e alla Tv, dall'uno e dall'altro paese, dall'una e dall'altra area geografica all'interno di uno stato. Ma è bene non nasconderci che, alla lunga, la storia è sempre la stessa: piú o meno inclinata, piú o meno frastagliata, la curva statistica dei radioascoltatori porta sempre nello stesso punto: la coincidenza pressoché totale del pubblico radiofonico con l'intero corpo sociale. E quanto piú ci si avvicina a questo punto, quanto piú grandi i numeri divengono, tanto meno essi ci dicono: come i dati sulla disponibilità dell'energia elettrica, una volta completata l'elettrificazione di un paese, ben poco ci dicono sugli usi sociali dell'energia medesima. Una volta superata la fase pionieristica, i dati sugli abbonamenti, o sul possesso di apparecchi, ci parlano di una potenzialità di ascolto: quasi per nulla ci informano sull'ascolto effettivo, ancor meno sulla *qualità* dell'ascolto, sull'esperienza soggettiva che vi è connessa.

Ancora piú semplice il discorso per quel che riguarda i documenti provenienti dalle emittenti: dai documenti a circolazione interna (spesso contenenti valutazioni e pro-

iezioni sulle potenzialità di *audience* di una programmazione) alla stampa ufficiosa, alle forme di *promotion*. Proprio l'opacità della nozione stessa di pubblico nei mezzi di comunicazione moderni fa sí che la dirigenza degli apparati produttivi finisca con l'avere, tra le sue "competenze" (e in forma tanto piú accentuata quanto piú forte è il carattere commerciale del sistema) quella di indovinare i gusti degli ascoltatori, intuirne ed anticiparne le passioni e le stanchezze: né va dimenticato che, spesso, in questo gioco di congetture, basate in genere essenzialmente sull'intuizione (da cui l'uso diffusissimo di espressioni come "fiuto", "mago", e simili) si giocano intere carriere.

Il lavoro di previsione e di orientamento dei gusti del pubblico dall'interno delle aziende è quindi doppiamente interessante: perché ci dà una testimonianza preziosa, la valutazione sullo stato dell'ascolto radiofonico da parte di coloro che, per interesse e competenza, sono ad esso piú attenti; e perché ci permette di ricostruire le campagne, piú o meno esplicite, piú o meno consapevoli, per guidare ed orientare, per programmare l'imprevedibile. Ma, esattamente per gli stessi motivi, si tratta di una fonte da prendere con grande cautela, direi con sospetto (un po', e il paragone non sembri eccessivo, come i documenti di polizia sullo stato dello "spirito pubblico" in un certo periodo): un punto di vista comunque indiretto, spesso deformante.

Solo da poco tempo gli storici hanno cominciato ad interessarsi seriamente ad un altro tipo di fonte: i sondaggi. Se vogliamo intendere questo concetto nel senso moderno, escludendo cioè le forme primitive come i "referendum" volontari, spesso riguardanti campioni ridicolmente ristretti del pubblico (ad un referendum del Radiocorriere nel 1930 risposero meno di 8000 persone, quando già gli abbonamenti erano intorno ai 150.000!), i sondaggi risalgono alla seconda metà degli anni '30, e raggiungono effettiva maturità, in tutto il mondo, solamente nel dopoguerra. Ma non è questo l'unico né il principale problema, che si pone a chi voglia usare questo tipo di documento per ricostruire la storia del pubblico radiofonico. Prendiamo un attimo in considerazione questa strana parola, che oggi diamo per scontata. "Sondaggio": il termine contiene una di quelle metafore ossificate che tanto facevano arrabbiare Orwell: il pubblico viene "trivellato" come si fora un terreno, per individuare una verità (sui suoi gusti, i suoi desideri, le sue angosce) che si suppone esso sia incapace di esprimere autonomamente. La metafora del "sondaggio" è strettamente imparentata con un'altra metafora ossificata e ormai banale, il concetto di "massa", contro il quale R. Williams ha scritto lucide pagine indignate. Nell'accettare l'idea di sondaggio, si accetta l'immagine di un pubblico inerte, totalmente passivo, incapace se non di mere reazioni: un pubblico che può essere "conosciuto" solo attraverso la misurazione (una misurazione oggi preoccupantemente analoga a quella delle macchine della verità) dei suoi comportamenti.

A guardar bene, vi è uno stretto rapporto tra il ricorso a questo tipo di strumenti di misurazione e il progressivo discredito in cui gli apparati radio-televisivi hanno relegato l'opinione consapevole, ed espressa, del pubblico. In Italia, le basi di questo atteggiamento si possono riscontrare assai chiaramente in certi scritti della dirigenza Eiar (alla fine degli anni '20) in cui veniva esplicitamente ridicolizzata la "pubblica opinione" in materia di radiofonia: «si ricevono contemporaneamente lettere di protesta che dicono: troppa musica seria, vogliamo piú musica da ballo, altre che dicono: troppa musica da ballo, vogliamo piú musica seria. Molti che criticano in tal modo i programmi radiofonici fanno come quel tale che, entrato in un teatro senza aver letto il cartellone, protestò contro l'impresario quando si accorse che davano una commedia invece di un'opera, come egli avrebbe desiderato. Se si considera bene, la Radiofonia col suo programma... dà molto piú di quanto riceve... quando pur riceve».([2]) In un contesto radiofonico (e politico) gerarchico ed autoritario, questa convinzione che «il pubblico non sa ciò che vuole» si traduceva in puro paternalismo, in una richiesta di affidamento alla superiore competenza dello stato, e dell'azienda concessionaria; in democrazia, e tanto piú in un regime concorrenziale, essa sarebbe sfociata nei metodi scientifici di ricerca su «ciò che il pubblico (anche a sua insaputa) veramente vuole»: una ricerca tendente a tener sempre meno in considerazione le dichiarazioni, e sempre piú i comportamenti puri e semplici.

Si vuol dire, con ciò, che i sondaggi non servono? No; e neppure che non possano essere per lo storico uno strumento conoscitivo prezioso. Ma purché si eviti di confondere l'immagine del pubblico proposta dal sondaggio (un'immagine unidimensionale, comportamentistica, "spionistica") con la complessa realtà sociale dell'ascolto radiofonico e televisivo. Purché, in altri termini, non si riduca (come fa il sondaggio) la complessa esperienza dell'ascolto alla banale "scelta"" del canale su cui sintonizzarsi.

Quanto piú i sondaggi hanno preso piede, sintomo e supporto insieme di una nuova concezione del pubblico, tanto piú un altro strumento conoscitivo, la posta del pubblico (non le risposte ai questionari, ma i sacchi e sacchi di proposte, richieste, lagnanze, che ogni giorno ogni emittente riceve) ha conosciuto una svalutazione. Sappiamo ad esempio che nei primi sei mesi del 1937, oltre 5 milioni di lettere raggiunsero la principale "rete" radiofonica americana, la Nbc. Ma che cosa sappiamo di quelle lettere (che sarebbero forse, oltre che una fonte preziosa per la storia della radio, un documento insostituibile sulle sofferenze dell'America della crisi)? Nulla. E può essere significativo che, nel già ricordato seminario parigino, proprio della posta del pubblico si parlasse come del piú ovvio documento da distruggere in una strategia di sfoltimento degli archivi. È, a guardar bene, una precisa immagine del pubblico radiofonico quella implicita negli atteggiamenti su cui ci siamo da ultimo soffermati, in materia di sondaggi e di lettere. Un pubblico le cui opinioni espresse non contano nulla, la cui soggettività è destinata comunque a restare opaca, la cui esperienza di ascolto è esclusivamente misurabile in minuti e secondi. Che immagine abbiamo, di questa società; che immagine (riduttiva e, mi pare, spaventosamente deprimente) ci facciamo dei mezzi di comunicazione che studiamo? E anche se volessimo ammettere che si tratti di un'immagine esatta, che effettivamente l'ascolto radiofonico sia riducibile ad un inerte e passivo udire suoni su cui non si ha alcun controllo, non sarebbe compito degli storici comunque cercare di comprendere l'evolversi e gli sviluppi di un simile fenomeno, non dando quindi per scontata fin dall'inizio la sua affermazione? Tanto piú che, finora, l'attenzione esclusiva al carattere "massificante", omogeneizzante, di questi mezzi di comunicazione, ha fatto dimenticare a troppi alcune realtà elementari, parte essenziale dell'esperienza dell'ascoltatore. Mentre la fruizione in pubblico di uno spettacolo è uguale per tutti e condizionata dall'esterno (in un cinema, ad esempio, il volume del sonoro, l'illuminazione in sala, ecc. sono immodificabili dagli spettatori, salva la consueta protesta quando la qualità dell'immagine o del suono scende al di sotto di una certa norma), la fruizione domestica prevede una gamma quasi infinita di variazioni imposte da scelta soggettiva. Tutti sappiamo che l'ascoltare un programma al massimo volume o a volume basso, che l'assumerlo come semplice colonna sonora o il sedersi davanti all'apparecchio per ascoltarlo con attenzio-

ne, sono esperienze talmente diverse da incidere sulla natura stessa del processo di comunicazione. Una storia dell'ascolto non può non misurarsi anche con queste "scelte" soggettive.
Emerge cosí la possibilità, ancora quasi tutta da sperimentare ([3]) di usare un nuovo tipo di fonte, questa attenta soprattutto agli aspetti soggettivi, al recupero dell'"esperienza immediata" della fruizione dei moderni mezzi di comunicazione di massa: le testimonianze orali. La memoria del pubblico radiofonico è, come tutte le memorie soggettive, ingannevole; e forse lo è tanto di piú, in quanto i *media* riscrivono continuamente la propria storia, che finisce spesso con il sovrapporsi ai ricordi personali (se un vecchio ascoltatore ci parla di Filogamo, quanto è il suo diretto ricordo che riemerge, quanto il lascito delle infinite rievocazioni radiofoniche, televisive, giornalistiche?). D'altra parte, le testimonianze orali (tanto piú se usate non solo per quel di cui ci parlano, ma anche per ciò che non ci dicono, per le lacune, i vuoti significativi, le confusioni) sono le sole in grado di narrarci del modo in cui un certo programma è stato effettivamente ascoltato, eventualmente discusso, rimediato; sono le sole a poterci far comprendere quanto, dei messaggi per definizione "scritti nel vento" del mezzo radiofonico, ha messo radici nel ricordo personale e collettivo.
Il problema è di saper intrecciare i documenti, di saperli far interagire, perché la varietà dei punti di vista che essi possono offrirci è essenziale sia per la verifica delle informazioni che ci offrono, sia soprattutto per permetterci di comprendere l'immensa complessità sociale di un fenomeno come la comunicazione radiofonica.

2. «Noi abbiamo suddiviso... la nostra Clientela in *due grandi categorie*. Quella di coloro che desiderano tranquillamente e senza nessuna speciale difficoltà udire a casa propria della buona musica e delle interessanti notizie, e questa è la grande maggioranza, e quella dei radioamatori che desiderano sentire oltre le buone trasmissioni della stazione locale anche le trasmissioni estere. Seguendo questo criterio abbiamo quindi orientato le nostre produzioni sopra *due categorie di apparecchi i quali sono stati studiati sotto due punti di vista completamente differenti*». In questo annuncio pubblicitario della Allocchio e Bacchini del 1926 (l'industria radio-elettrica appare in questa fase, forse, piú attenta al pubblico che non la stessa società concessionaria: lo si vedrà ancora, negli anni '30, nel caso della Radio Marelli) viene forse per la prima volta enunciata una strategia per lo sviluppo, e per la trasformazione degli ascoltatori. Al tradizionale pubblico degli appassionati, disposti a passare serate intere nella ricerca dei programmi delle piú lontane stazioni, deve affiancarsi, e gradualmente sostituirsi, il vero pubblico di massa (una "grande maggioranza" ancora potenziale) per il quale gli aspetti tecnici dell'apparecchio, tutt'altro che la principale attrazione, sono al contrario un fastidio.
Il processo previsto in questo annuncio è, in effetti, omogeneo (e con tempi non molto diversi, nonostante la lamentata "arretratezza" radiofonica dell'Italia) nell'insieme del mondo sviluppato. L'inchiesta classica dei coniugi Lynd trova a Middletown, nel cuore dell'America, nel 1924, una situazione analoga: «Tra le piú notevoli caratteristiche della radio vi è la accessibilità... Con un piccolo equipaggiamento può catturare nell'aria la vita del mondo intero; ed è un equipaggiamento che si può comprare un po' per volta a buon mercato. Tutt'altro che un ulteriore strumento di divertimento passivo, la radio è stata lo stimolo per molta ingegnosa attività manuale... Ma quanto piú perfezionata, a buon mercato la radio diverrà, quanto piú sarà accolta come parte della normale vita domestica, tanto piú probabile è che essa cessi di stimolare tutta questa abilità costruttiva, e che divenga anch'essa una forma di divertimento passivo». Può essere però interessante notare alcune specifiche caratteristiche che questo processo seguí in Italia, e che avrebbero a lungo condizionato le caratteristiche sociali della radiofonia nel nostro paese.([4])
Due anni prima che la citata pubblicità dell'Allocchio-Bacchini venisse pubblicata, una delle prime e piú aggressive riviste di radio italiane, "Radiofonia", si presentava cosí ai suoi lettori: «Si vuol sapere chi siamo? Noi siamo... un prodotto patologico! Sissignore. V'ha forse ancora qualcuno che ignora la moderna malattia che ha sparso ovunque i suoi bacilli...? Trattasi della "radiofebbre" morbo sottile e strano che arriva all'organismo in forma di vibrazioni sulle ali dell'etere». Una simile autodefinizione sembra rivendicare con orgoglio proprio ciò che i giornali e l'opinione corrente dell'epoca piú rimproveravano ai "radiodilettanti": non semplicemente il loro carattere minoritario, ma la loro autoemarginazione, la tendenza a rinchiudersi in sette esclusive di appassionati.
Due sono le caratteristiche che emergono da uno spoglio delle prime riviste del radiodilettantismo italiano: in primo luogo, lo scarso interesse per i programmi in quanto tali e l'assai maggiore interesse per la tecnologia (un aspetto questo che, come si desume dalle testimonianze orali, resterà fortemente radicato nel pubblico *maschile* ancora per tutto il corso degli anni '30); in secondo luogo, l'immagine del pubblico come un insieme di associazioni di "amatori". L'ascolto radiofonico, in questo quadro, non ha né il carattere atomizzato che assumerà nella sua fase matura, né il carattere collettivo-organizzato che sarebbe stato nei primi anni '30 sistematicamente promosso dal regime fascista. Si ascolta da soli, o in piccoli gruppi, ma per parlarne poi all'interno della vita associativa borghese, che si trattasse di istituzioni *ad hoc* (i vari club ed associazioni di "radiocultori" e "radiodilettanti"), o di forme di associazione e ritrovo piú tradizionali. Anche la prospettiva di una crescita del pubblico è vista in questa chiave, come una proiezione in dimensioni piú vaste della attività di *bricolage*: «E ora, tutti sanfilisti!», come si legge nell'appello di un club di provincia. Il francesismo (sanfilisti, da *sans-filistes*) indica, oltre alla esterofilia corrente tra quei primi dilettanti, anche l'arcaicità della loro immagine della tecnologia radiofonica, ancora tutta legata all'idea del "telefono senza fili".
Gli stessi sviluppi della radio negli altri paesi vengono ricondotti a questo modello: l'immenso pubblico inglese viene valutato in "milioni di radiodilettanti" senza alcuna comprensione delle trasformazioni sociali dell'ascolto implicite nella massificazione.
Può essere anche interessante notare come l'autoimmagine del pubblico che emerge da queste riviste tacesse del tutto gli aspetti socio-economici, per concentrarsi essenzialmente sull'età: «Chi sono gli utenti della radio? È questa una domanda a cui non è facile rispondere: certo, potremmo senz'altro affermare che la maggioranza di essi è composta da studenti, giovani elettrotecnici, giovani ingegneri. Tutte persone giovani, in una parola». L'immagine del pubblico è strettamente connessa con l'immagine del *medium*: anch'esso giovane, e percepito piú nel fascino della sua novità tecnica che come macchina del divertimento domestico (e qui entra in gioco una caratteristica nazionale importante, lo scarso sviluppo, nei decenni precedenti, di quelle macchine casalinghe, come il fonografo, che in altri paesi avevano preparato la via all'ascolto radiofonico).
Il superamento della fase del *bricolage* e del dilettantismo, da un certo punto di vista, può anche apparire semplice, e lineare: man mano che il pubblico si espande (1926, poco piú di 26.000 abbonati, 1930, oltre 175.000), e penetra in nuove fasce sociali, culturalmente e per tradizione lontane dal-

la mentalità tecnicistica e da hobby propria dei "radiomani", si impone un modello differente di ascolto. In questo senso, può essere interessante confrontare la pubblicità dell'Allocchio-Bacchini già richiamata con quella Telefunken, posteriore di soli due anni, che si rivolge (per la prima volta, credo) direttamente alla donna, e con queste parole: «Signora, per il divertimento suo, di suo marito e del bambino usi il ricevitore Telefunken Arcolette 3. Anche un bambino è capace di manovrare la nuova Arcolette 3». La conquista di una nuova fascia di pubblico, si può dire la piena "domesticizzazione" del mezzo (è dei tardi anni '20 l'enfasi sulla radio come nuovo "focolare") passa per un totale, dichiarato rovesciamento dei valori rispetto al pubblico preesistente: dall'enfasi sulla manualità, all'assenza di essa, dall'esaltazione della conquista alla retorica della facilità. Non è difficile intuire quale diverso modello di ascolto un simile mutamento proponesse.

Ma il superamento della fase del *bricolage* non è stato, forse, così semplice né indolore come una lettura puramente quantitativa e lineare potrebbe far credere. Per comprenderlo, potremmo forse fare riferimento alla storia di un'istituzione che non avrebbe avuto, in seguito, un ruolo significativo nella radiodiffusione, ma che in quei primi anni ebbe importanza assai grande: i club di radio-dilettanti. Come si è già accennato, una delle caratteristiche del pubblico radiofonico dei primi anni fu, appunto, il suo essere organizzato in forme volontarie, in circoli, se non di ascolto collettivo, quanto meno di organizzazione collettiva dell'ascolto, e di discussione collettiva sul mezzo radiofonico. Sappiamo poco della vita effettiva di queste associazioni; qualcosa di più sulle leghe nazionali cui, tra il 1924 ed il 1927, esse diedero vita: la Rai (Radio Associazione Italiana), la Fir (Federazione Italiana Radiocultori, facente capo a "Radiofonia"), il Radio Club Nazionale Italiano e l'Associazione Nazionale Radio Dilettanti, di cui le ultime due confluirono nel 1927 nell'Ari (Associazione Radiotecnica Italiana, tuttora esistente). Lo scontro fra la Fir e l'Ari, che si concluse con la completa vittoria di quest'ultima, non fu un semplice scontro fra gruppi diversi (legati ciascuno a diversi interessi economici): fu in effetti uno scontro fra due diversi modelli di espansione della radiofonia e del pubblico radiofonico. La Fir, fino alla fine, continuò a sostenere il principio della libera associazione dei dilettanti, come controparte (fino ad atteggiamenti di tipo sindacale) della società concessionaria, e con forme (non troppo disinteressate) di rivendicazione della "libertà d'antenna". L'Ari, organizzazione "corporativa" quasi da manuale (allora: tutta diversa è la sua vicenda nel dopoguerra, come associazione di "radioamatori" nel senso moderno del termine) si proponeva invece di conciliare l'interesse del pubblico, quello della società concessionaria, quello delle ditte costruttrici. La sua vittoria derivò, in parte, dall'appoggio (totale) del potere politico; ma in parte anche dal fatto che il suo modello organizzativo faceva allora riferimento ad un pubblico (atomizzato e in larga parte passivo) effettivamente in crescita; mentre la Fir continuava a puntare su un pubblico di hobbyisti liberamente associati, in via di scomparsa.

Se questa ricostruzione è vera, allora l'avvicendarsi delle due "fasce" di pubblico radiofonico descritte nella pubblicità dell'Allocchio-Bacchini fu un processo complesso e non privo di conseguenze per la storia della radio: nel quale proprio le tendenze più autoritarie dell'apparato radiofonico si trovarono rafforzate e legittimate dal muoversi più in sintonia (è il caso di dirlo) con lo sviluppo effettivo dell'ascolto, che non i tentativi di critica "dal basso".

La vittoria politica di un modello di radiofonia basato sull'ascolto massificato da un lato, e sulla gestione autoritaria dell'emittenza, dall'altro, fu però tutt'altro che totale: in primo luogo, perché una volta affermatosi il principio della radio di massa contro la tradizione dilettantistica, un effettivo pubblico di massa restava ancora interamente da costruire (ed ancora occorreva penetrare in quei ceti popolari che all'inizio degli anni '30 erano ancora quasi totalmente esclusi dalla radio); in secondo luogo perché, come ci dimostrano bene oggi le testimonianze orali, la diffusione della radio verso i ceti più poveri avrebbe riproposto, nel corso degli anni '30, quella dialettica tra la radio come hobby e la radio come strumento di ascolto passivo che, nella borghesia medio-alta, appariva già risolta alla fine degli anni '20. Nel corso degli anni '30, la radio sarebbe penetrata in ambiente operaio soprattutto come hobby, portandosi spesso dietro aspetti di rifiuto della programmazione dominante, di attenzione alla programmazione estera, di curiosità pura e semplice, che non possono essere dimenticati se si vuole ricostruire bene una storia dell'ascolto delle radio estere, e di quelle clandestine, nell'Italia tra il 1935 ed il 1943. Dopo di allora, completandosi la diffusione della radio in tutti gli stati e in tutte le regioni, il dilettantismo radiofonico avrebbe intrapreso una propria via, totalmente separata rispetto al *broadcasting*.

3. Nel 1929, con l'avvio dell'Ente Radiorurale, con l'iniziativa dei "pionieri dell'Eiar", veri e propri agit-prop della radiofonia, con la prima Mostra Nazionale della Radio organizzata dall'Ari, il regime comincia a mostrare un'effettiva volontà di promozione del nuovo mezzo (sebbene, anche successivamente, tutt'altro che priva di incertezze). Nel decennio successivo, la radiofonia italiana conobbe il primo vero sviluppo di massa, e gli abbonamenti crebbero da meno di 100.000 (1929) ad oltre 1.300.000 (1940). Un progetto di espansione fortemente accentrato, e politicamente finalizzato, si incontrava con tendenze spontanee, connesse (come in tutto il mondo) con il calo dei prezzi, con la semplificazione dell'uso, con la crescente abitudine sociale all'uso della radio. Dal punto di vista che ci interessa, di una storia del pubblico, di una storia sociale dell'ascolto, il problema che si pone è: tra il progetto fascista di promozione della radio intesa (così fu allora definita) come "macchina dell'attenzione", e le tendenze spontanee che portarono al suo sviluppo, vi fu piena convergenza, o vi fu anche tensione, contraddizione? Il confronto tra fonti diverse può probabilmente aiutare a far luce su questa vicenda, evitando di ridurre la radio a puro strumento di propaganda o viceversa di banalizzarla a parte di una generica "cultura di massa". «Abbiamo a disposizione il mezzo più potente di cultura, di moralizzazione, di diletto, che esista; mancheremmo in pieno alla nostra missione, se non unissimo tutti i nostri sforzi per utilizzarlo nel modo migliore e più vasto. Ma contemporaneamente occorre creare una coscienza radiofonica in Italia, occorre fare una grande propaganda... Il pubblico non deve essere soltanto informato, ma deve anche esser persuaso». Una volta chiarito fino in fondo il potenziale carattere di massa del nuovo mezzo, il pubblico va ancora formato: «creare una coscienza radiofonica» diviene parte della costruzione fascista della società. Una volta rotta la cerchia ristretta (e forse un po' sospetta: troppa esterofilia, troppo esperanto) degli hobbyisti, si tratta di far penetrare davvero gli "altisonanti" (come si diceva allora) dappertutto.

Possiamo individuare tre caratteristiche essenziali di questo progetto dall'alto di creazione di un pubblico. In primo luogo (e lo si poteva intuire fin dalla fondazione dell'Ari) si trattava di un progetto, appunto, dall'alto, a carattere fortemente gerarchico, più interessato al controllo che a favorire le tendenze spontanee: lo si vede dall'uso del termine "licenza" in luogo di abbonamento, lo si vede dalla descrizione

(sul «Radiocorriere») dell'attività dei pionieri: «Podestà, Parroco, Segretario Comunale, Ingegnere, Dottore, ecc., ecco il pioniere dell'Eiar. L'indicazione è fatta quasi sempre dal Podestà del Comune, quando non è il Podestà stesso ad accettare la carica». (Tra l'altro, quest'incertezza tra promozione e controllo, tra il favorire la radio come "voce del regime" e il temerla come potenziale voce dell'opposizione, avrebbe forse contribuito a ritardare lo sviluppo della radiofonia italiana rispetto ad altri paesi).

In secondo luogo, questo progetto implicava un fondamentale disprezzo per le capacità del pubblico di individuare, ed esprimere, le proprie esigenze. Lo si può vedere dalle osservazioni sulla posta degli ascoltatori, già citate, dal dichiarato disprezzo per la "pubblica opinione" in materia di radio (e non solo in questa, naturalmente) da parte di molti autori. Del resto, un'espressione estrema – e peculiarmente dignitosa e lucida – di questo disprezzo sarebbe stata espressa nel manifesto della "Radia" di Marinetti e Masnata, 1933: «La radia abolisce il pubblico inteso come massa giudice autoeletto sistematicamente ostile e servile sempre misoneista sempre retrogrado».([5])

In terzo luogo, questo progetto mira, e abbastanza consapevolmente, alla formazione di luoghi d'ascolto compatti, controllabili, omogenei: da un lato le organizzazioni collettive, dall'altro il focolare domestico inteso come sede di una specifica, e fondamentale, istituzione, la famiglia. Se è vero, quindi, come è stato scritto, che già nei primi anni '30 «si faceva strada l'idea della comunicazione radiofonica per gruppi sociali differenziati», va però chiarito che si trattava non di una differenziazione delle culture (la funzione attribuita alla radio era al contrario di unificare il paese) quanto di una differenziazione delle sedi, e delle istituzioni deputate. All'ascolto pubblico, nel dopolavoro, nella scuola, nelle piazze collegate con altoparlante, si affiancava l'ascolto domestico. Ma nell'insieme, l'interlocutore doveva essere uno solo, la folla: una folla resa raggiungibile ovunque. Del resto, il massimo auto-elogio che il direttore generale Chiodelli avrebbe potuto proporre, nel 1939, era appunto: «la Radio ha reso possibile la trasformazione di tutto il Paese in un colossale arengo e il contatto diretto del Capo con la folla».

Per quanto riguarda l'ascolto domestico, è bene ricordare come il generale consenso sostenesse l'idea della radio come strumento di unificazione, o riunificazione, della famiglia: «La Radio dovrebbero benedirla tutti gli uomini e tutte le donne. La Radio ha ristabilito il focolare nella casa che gli sports, i teatri, i passatempi e tutte le altre diavolerie avevano reso deserta... Essa ha già ridestato buone usanze antiche e famigliari: le riunioni patriarcali di un tempo: il culto della casa, insomma», scriveva il "Radiocorriere" nel 1930; e il senatore Agnelli: «L'enorme portata morale della radio è dimostrata dal fatto che essa riunisce intorno a sé i membri della famiglia, anima giocondamente la casa intera, fonde nelle sue armonie quelle asprezze e disuguaglianze di umore e di abitudini, che nella casa silenziosa allontanano i giovani dai vecchi».([6])

Quanto, quest'immagine di una "folla domestica", come la si potrebbe definire, coincide davvero con la realtà dell'ascolto radiofonico negli anni '30? Un primo, importante, segnale di contraddizione ci può venire dalla lettura dei dati del solo vero "sondaggio" effettuato in epoca fascista, il Referendum Eiar del 1940. In un'attenta analisi dei risultati del sondaggio, che non è il caso qui di stare a ripercorrere, A. L. Natale ha di recente messo in rilievo come essi indichino (e nonostante gli evidenti condizionamenti imposti dalle modalità tutte pubbliche della rilevazione, in regime totalitario) la presenza, accanto alla cultura di regime, accanto al modello di pubblico-folla voluto dal potere, di una cultura di massa, piú sentimentale e sognante, probabilmente meglio radicata: analoga, potremmo aggiungere, a quella che emerge dalle contemporanee inchieste sociologiche sulla cultura di massa negli Stati Uniti.([7])

Le testimonianze orali non solo confermano questa tendenza, ma aggiungono degli altri elementi, forse piú importanti. Non si tratta qui tanto del gradimento dei programmi (che per altro ribadisce quanto già si sapeva, sulla crescente popolarità dei generi comici e musicali-leggeri nel corso degli anni '30, rispetto sia alla tradizione *middle-brow* di opere, teatro, conversazioni, sia all'informazione di regime); l'aspetto piú significativo è un altro, l'emergere di una tendenza al frammentarsi dell'ascolto domestico.

Quello che risulta chiaro dalle interviste, è che nel corso del decennio, man mano che cresceva la diffusione degli apparecchi e si faceva strada una forma di omogeneizzazione interclassista tra gli ascoltatori (ma non dimentichiamo i limiti, geografici e sociali, di un tale interclassismo), al tempo stesso emergevano nuove, e forse impreviste, differenziazioni, non solo nella scelta dei programmi, ma nelle modalità di ascolto e addirittura nella memorizzazione: differenziazioni per linee generazionali, e soprattutto fondate sul sesso. L'ascolto femminile, questo emerge con chiarezza dalle testimonianze, era intimamente diverso da quello maschile: implicava un'attenzione alle personalità, alle narrazioni, alle voci, nettamente superiore. La "cultura radiofonica" divenne, nel corso del decennio, una cultura soprattutto femminile; ed infantile-adolescenziale.

Nel "focolare domestico", se è vera quest'analisi (che andrebbe verificata con un allargamento del campione intervistato, oltre che con indagini parallele su altre fonti) all'apparenza di maggiore unità prodotta dalla radio si intrecciò, per effetto anche, sebbene non solamente, della stessa radio, un nuovo tipo di differenziazione, precorritrice di quella esplosione di "culture" generazionali e di genere che avrebbe caratterizzato il periodo 1955-70. Nel frattempo, una politica dei programmi volta a conquistare il massimo pubblico possibile in ogni momento della giornata, e attenta quindi a dare di volta in volta quanto gradito dagli ascoltatori potenziali, finiva con il favorire ulteriormente questo processo di differenziazione, questa frantumazione sotto un'apparente omogeneizzazione, che è forse la storia piú vera dell'ascolto radiofonico negli anni '30.

Proprio nel momento della massima "massificazione" ed omogeneizzazione culturale, il processo stesso che coronava questa tendenza, la penetrazione del "mondo in casa", la penetrazione della vita pubblica direttamente all'interno della vita domestica, aveva effetti imprevedibili. Da un lato, era cosí possibile integrare davvero nella vita pubblica gli strati che ne erano esclusi per definizione, le casalinghe, i bambini; dall'altro, la comunicazione stessa all'interno della famiglia rischiava di esserne stravolta. L'idealizzazione della radio "nuovo focolare", della famiglia sintonizzata via radio come atomo essenziale, ed indivisibile, del "colossale arengo" non teneva conto del fatto che, penetrando nella casa, la nuova cultura radiofonica poteva portare alla ribalta, dando loro dignità culturale, e in prospettiva politica, le antiche demarcazioni per sesso e generazione: ponendo le basi di quella frantumazione della cultura di massa che si sarebbe annunciata (e, guarda guarda, proprio a partire dalla radio e dall'altro *medium* domestico, il fonografo divenuto "giradischi") nel corso degli anni '50-'60.

Vediamo cosí come le tendenze spontanee che si manifestano nell'ascolto radiofonico nel corso degli anni '30 siano (sempre, beninteso, che l'ipotesi qui schizzata sia vera) in contraddizione con l'immagine che, di

quel pubblico, si facevano l'autorità politica e la dirigenza radiofonica: le stesse che, appunto in quegli anni, tanto si adoperavano, e tanto efficacemente, per allargare le dimensioni ed i confini sociali dell'ascolto. La metafora, rassicurante, dell'"arengo" schiacciava l'ascolto radiofonico nei contorni, familiari e rassicuranti, delle masse inquadrate in adunata, rifiutando con ciò di cogliere proprio gli aspetti piú "rivoluzionari" del nuovo mezzo di comunicazione.

Note

([1]) La citazione relativa ai sondaggi è tratta da A. GOLDFARB MARQUIS, *Written on the Wind: Radio in the Thirties*, in "Journal of Contemporary History", 1984, pag. 388; il seminario organizzato dai comitati per la storia della radio e della televisione dell'Institut National de l'Audiovisuel, e da un comitato di storici francesi delle comunicazioni, si è svolto a Parigi nel novembre 1983: tema "Les sources pour l'histoire de la radiotélévision"; per la storiografia italiana ed internazionale sulla radiodiffusione si fa essenzialmente riferimento: per l'Italia, a F. MONTELEONE, *La radio italiana nel periodo fascista*, Marsilio, Padova, 1976, e *Storia della Rai dagli alleati alla Dc*, Laterza, Roma-Bari, 1980; A. PAPA, *Storia politica della radio in Italia*, Guida, Napoli, 1978; A. MONTICONE, *Il fascismo al microfono*, Studium, Roma, 1978; per la Gran Bretagna, al classico A. BRIGGS, *History of Broadcasting in the U.K.*, Oxford University Press, London, 1961-1978; per gli Stati Uniti, a E. BARNOUW, *A Tower in Babel*, Oxford University Press, New York, 1968 e *The Golden Web*, Oxford University Press, New York, 1970, e a R. GRANDI, *Radio e televisione negli Stati Uniti*, Feltrinelli, Milano, 1980; per la Francia, a vari articoli di A. J. TUDESQ, in particolare *L'audience de la radiodiffusione sous la IV^e^ République*, in "Melanges Ellul", 1983. *Storia della radio e della televisione*, dello stesso TUDESQ e di P. ALBERT (Dedalo, Bari, 1983), e *La radio-origini, storia, modelli*, di D. DOGLIO e G. RICHERI sono tra i pochi testi comparativi sull'evoluzione internazionale della radiofonia.

([2]) "Annuario Eiar" 1929, pag. 39.

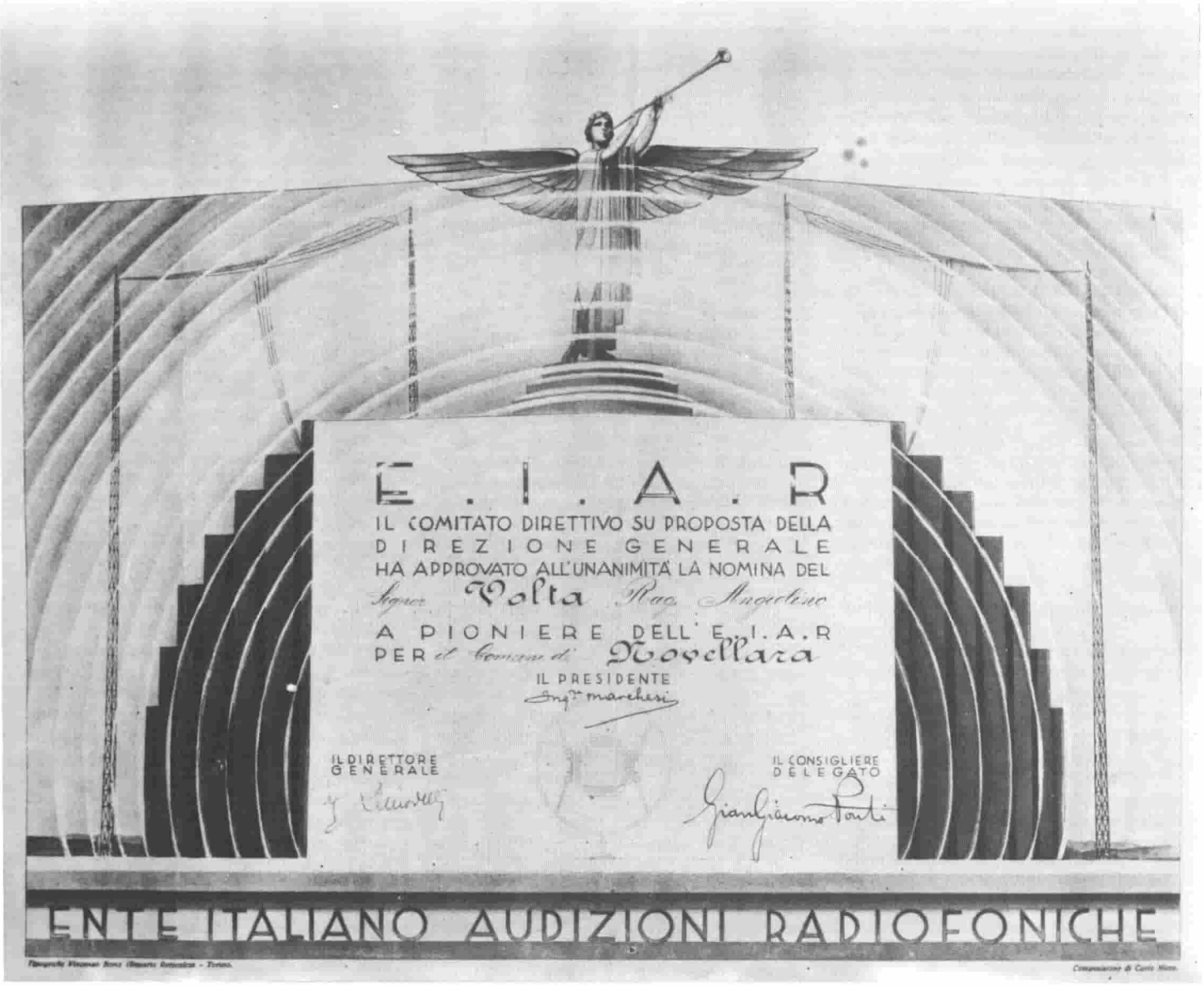
([3]) I dati sulla posta del pubblico in America sono tratti dal già citato articolo di A. GOLDFARB MARQUIS, pag. 396. Un primo esperimento di "storia orale" del pubblico radiofonico è stato effettuato da chi scrive e da L. Matteucci a Torino, nel 1981-82. Ne è stata tratta la trasmissione radiofonica «La parola elettrica - l'arrivo della radio nelle case», per il Terzo Programma RF della Rai. Nelle pagine seguenti si farà piú volte riferimento ai risultati di questa prima indagine.

([4]) La pubblicità Allocchio-Bacchini è tratta dal "Radiorario", 26 aprile 1926; il testo dei Lynd da *Middletown*, Comunità, Milano, 1974, pagg. 277-78 (si veda anche *Middletown dieci anni dopo*, pagg. 295-297). I successivi riferimenti sono tutti tratti dalle prime riviste amatoriali italiane, in particolare "Radiofonia", "Radiorario", "La radio per tutti", "Radiocorriere". Abbondanza di materiali, originali ed in copia, sull'associazionismo e il dilettantismo radiofonici del periodo iniziale della storia della radio italiana sono depositati presso la sede Rai di Torino, tra le carte dell'ing. A. Banfi.

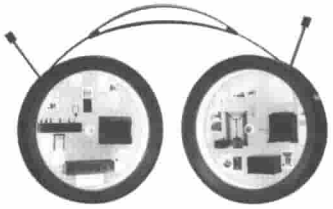
([5]) Il passo relativo all'edificazione di una "coscienza radiofonica" è tratto dall'"Annuario Eiar" 1929, pag. 35; quello sui Pionieri, dal "Radiocorriere", n. 44 del 1930; "*La radia, manifesto futurista*", di F. T. MARINETTI e P. MASNATA, pubblicato in origine dalla "Gazzetta del Popolo", 22 settembre 1933, è stato piú volte ripubblicato.

([6]) L'osservazione sui "gruppi sociali differenziati" è in Papa, op. cit., pag. 139; quella di Chiodelli, nell'"Annuario Eiar" del 1939; i due passi relativi a radio e famiglia sono rispettivamente in "Radiocorriere", 1930, n. 1, pag. 9, e "Radiocorriere", 1930, n. 3, pag. 5.

([7]) Cfr. A. L. NATALE, *Il referendum radiofonico del 1940*, in "Problemi dell'informazione", 1981, pagg. 243-267.



Diploma di un "pioniere" dell'Eiar. I "pionieri" erano promotori della radiofonia, in particolare nei comuni rurali.



CESARE DE SETA

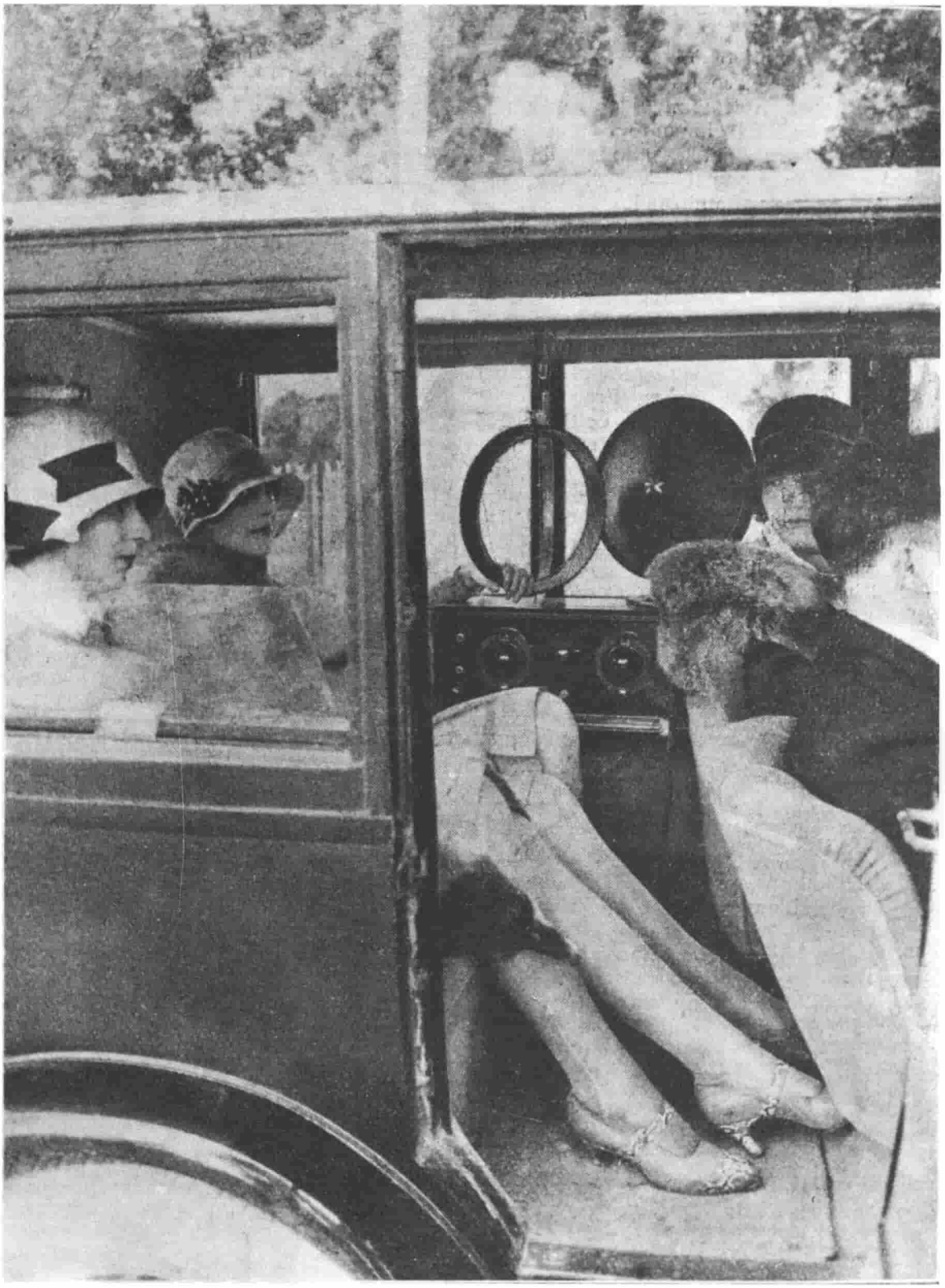
L'OGGETTO E IL SUO LINGUAGGIO

La radio, come oggetto e come parte dell'ambiente domestico, ha una sua storia e come ogni storia ha una sua periodizzazione. Nel caso in questione è necessario distinguere tra una protostoria ed una storia propriamente intesa: infatti i primi apparecchi riceventi – quelli che si vedono in vecchi filmati tremolanti o in foto ingiallite – sono degli aggeggi strani che sarebbe difficile inserire in una storia del disegno industriale (o come si dice piú comunemente in una storia del *protodesign*). Le prime riceventi non sono infatti dei prodotti industriali, quanto piuttosto dei prodotti artigianali alla cui immagine non viene dedicata nessuna attenzione. L'occasionalità di queste radio è ben evidente nel fatto che esse non hanno una loro "confezione": il problema della confezione si impone a partire dalla fine degli anni '20 e s'impone – come vera produzione industriale – nel corso del decennio successivo. I primi possessori di radio sono degli amateur del mezzo, e non si preoccupano certo, al pari dei pochi tecnici che le producono – dell'immagine dell'oggetto. Dal 1924 al 1929 in effetti siamo in un limbo pretecnico, preformale e preindustriale: la radio è un oggetto misterioso che fa pervenire voci lontane nella propria casa. Sebbene questo avvio stentato, nel giro di poco meno di un decennio la radio s'impone ad un consumo che siamo ben lontani dal poter definire di massa ma che certamente conquista, di anno in anno, un pubblico sempre piú vasto. Questi corpi separati (il congegno di fili e valvole ed un altoparlante) divengono un oggetto unico: la forma di questi involucri, come è naturale, sono funzionali al gusto dominante. In Europa – se si vuol fare un'analisi comparativa – soltanto la Gran Bretagna (la prima società del mondo che conosce una produzione di massa anche in questo settore) può vantare delle ragioni di precedenza. In Italia sul finire degli anni '30 il gusto dominante oscilla tra le ultime esperienze dello stile 1925 e le nuove istanze moderniste della nuova generazione allineate alla tradizione del nuovo di marca bauhausiana e lecorbusiana. Un apparecchio del 1933, il radioricevitore della Magnadyne, testimonia assai bene questa ambiguità: l'apparecchio è di noce, ha una forma – in alto – semicircolare e tre colonnine stilizzate reggono un ideale arco. Il piatto che copre l'altoparlante è sagomato secondo una evidente *Stimmung* liberty. Al centro, tra tre manopole, v'è un piccolo visore che consente la ricezione delle varie stazioni. È una sorta di boccuccia, un'antropomorfica memoria dei mascheroni che erano ben visibili nei palazzi tardo liberty di quell'epoca. Ben piú elegante la radio: ha una sagoma ellittica nella parte superiore, un semplice cerchio al centro segnato dalle tre onde (radiofoniche) e da quattro stelle: il legno impiallacciato denota la finezza del prodotto ed il gruppo di comando è stato raggruppato in un unico disegno. C'è una foto degli anni '30 che ci mostra una "giovane italiana" appoggiata ad un apparecchio ben sagomato in cui ritroviamo il medesimo schema. La radio ormai è un oggetto che fa parte dell'arredo della casa: ad esso viene destinato un posto di privilegio nel salotto buono. L'affermazione della radio si misura anche sulla crescita di questo mezzo di comunicazione: sicché – se dovessimo usare una formula riassuntiva – potremmo dire che la radio da oggetto da sistemare sul buffet o sulla credenza passa, lentamente, ad assumere un ruolo autonomo di elemento d'arredo della casa. Non è piú solo apparecchio ricevente, ma proprio elemento dello *status symbol* della famiglia che lo possiede. L'apparecchio Siti 4 valvole, l'apparecchio B a 5 valvole, l'apparecchio 530 Rc a 5 valvole, il chiliofono a 8 valvole HF Sbadi ecc. sono degli ingombranti monumenti domestici che si sono conquistati un posto nella casa borghese del "cumenda", in quella del funzionario ministeriale dei Parioli o di Monte Verde Vecchio.

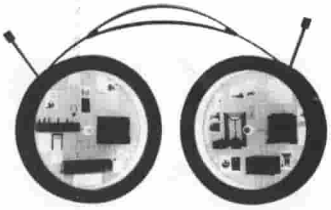
Guardiamoli – stilisticamente – un momento questi mobili: ed uso questa parola perché essi ormai solo in funzione secondaria sono delle radio. Hanno una loro imponenza – certo, piccolo borghese: ma perché meravigliarci se questa era l'Italia di quegli anni, ostentante una certa possibilità di spesa, un certo decoro pretenzioso? Ormai questi apparecchi hanno un loro ruolo ornamentale come arredi importanti della casa. Con le loro cornicette, i loro intarsi, le loro superfici sagomate, con modanature le piú strane e (oggi) triviali esprimono il gusto di questa borghesia. I protagonisti degli *Indifferenti* certamente avevano a casa loro una radio simile, anzi un radiogrammofono che per ovvi motivi è ancor piú imponente. Ormai in questa casa borghese la radio s'è conquistata un suo spazio privilegiato che perderà soltanto quando quell'altro ogget-

to fantastico, di cui abbiamo diretta esperienza dalla nascita (la televisione), lo relegherà nelle retrovie delle cose dimesse ed ormai ingombranti. Tornando a quel che si diceva in esordio si può dunque affermare che la fortuna della radio come oggetto di protodesign e poi di design in senso tecnico è direttamente proporzionale all'avvento della televisione. Dapprima è un attrezzo strano, poi diviene un elemento d'arredo, ancora dopo un mobile: e questa storia arriva fino alle soglie degli anni '60. Si pensi solo che il bel radiogrammofono stereo della Brion Vega, disegnato da Marco Zanuso, con i microfoni orientabili ed il bel piede cromato in acciaio è del 1965: quando, la televisione aveva già conquistato l'Italia. È l'ultimo canto di questo mezzo che poi diverrà radio (o stereo) nel senso propriamente tecnico (dunque prevalentemente portatile) e subirà un processo di miniaturizzazione inarrestabile. Trasformandosi in sostanza in transistor e in autoradio. È un processo ancora in atto, visto che nonostante la potenza dell'immagine la radio continuiamo ad ascoltarla tutti: in auto o al mattino quando ci facciamo la barba. Ma questo processo di riduzione dell'oggetto era già iniziato sul finire degli anni '30: del 1939 è infatti il bellissimo Phonola di Luigi Caccia Dominioni e dei fratelli Castiglioni. Qui siamo di fronte ad uno straordinario pezzo di design nell'accezione propria del termine: sia per la qualità del disegno (quasi avveniristico per quella data), sia per i materiali impiegati nella produzione. Se questo apparecchio Phonola è la punta avanzata a cui perviene il design italiano sarebbe una grave omissione non ricordare che fenomeno analogo si ha sul filo di una tradizione decorativa che per comodità continueremo a definire stile 1925. La radio Siti 32 è ricoperta da una sorta di superficie squamata, che finge la pelle, che ci ricorda le piú preziose invenzioni d'arredo di un Bugatti. Una radio questa che avrebbe potuto ascoltare comodamente Isadora Duncan se la sorte non fosse stata cosí ingrata con lei. Accanto ad un episodio di cosí ostentata raffinatezza, c'è da accoppiare – come faccia di una stessa medaglia – la piccola garbata radio Marelli in bachelite che vede l'affermazione di un nuovo materiale (sintetico) in questa produzione. Scompaiono il legno, le radiche, le impellicciature, i metalli stampati e si affermano nuove tecnologie: d'ora in avanti il materiale sintetico diverrà un cavallo di battaglia della produzione industriale: la Philips se ne fa banditrice e verrà seguita anche dalle nostre piú affermate case. L'apparecchio di cui ho memoria infantile è infatti una Philips di bachelite nera, con quattro manopole, una sagoma acconcia senza angoli: e ricordo, ancora con una certa emozione, le prime trasmissioni da cui fui preso. Erano le radiocronache o i collegamenti in seguito alla grande alluvione che sommerse una parte dell'Olanda. Fui scosso da quella tragedia e capii che la radio era una cosa che faceva parte della vita di tutti: non solo degli adulti che l'ascoltavano per faccende di loro competenza. Contemporaneamente ai materiali sintetici e alle resine c'è la breve apparizione della radio di cristallo: in effetti una sperimentazione senza grande esito commerciale, ma di sicura rilevanza per la pulizia del design. Franco Albini disegnò quell'oggetto bellissimo e nudo – come esigeva la sua castità della forma – che è la radio tra due lastre di cristallo che mette a nudo il suo mallo meccanico e la sua bocca/altoparlante. Albini condusse in quel tempo una ricerca avanzatissima, ispirata si può dire ben, all'onestà della forma. Sono gli stessi anni in cui sperimenta la libreria di cristallo anche essa di poca fortuna industriale. Erano palesemente degli oggetti sperimentali che hanno lasciato il segno ed hanno modificato il nostro modo di pensare agli oggetti che ci circondano. In questa categoria s'inserisce il radiogrammofono, anch'esso sperimentale, di Luigi Figini e Gino Pollini che gli architetti inserirono nell'arredo della villa per una artista realizzata nel 1933 alla Triennale di Milano. È anche questo un mobile, nell'accezione che prima s'è definita, ma un mobile aderente alla "forma" di una casa in perfetto stile razionalista. Il corpo rettangolare e semplice dell'apparecchio è retto da quattro esili piedi d'acciaio: sono scomparse le sagome e le zampe di leone, sono scomparse le decorazioni e il bric-á-brac della tradizione tardo liberty.

La radio, dunque, lentamente s'adegua al nuovo gusto: e questa tendenza si accentua nel dopoguerra: quando le radio costano di meno, le case sono sempre piú piccole e ormai – salvo le dovute attenzioni – è divenuto un oggetto di consumo popolare piuttosto che uno *status symbol*. Contemporaneo è il processo di miniaturizzazione: il caso esemplare ed il momento piú alto di questo lungo cammino è certamente rappresentato dalla radio prodotta dalla Brion Vega, ancora su design di Marco Zanuso, che s'apre a scocca. È un parallelepipedo che contiene da un lato l'altoparlante, dall'altro i circuiti stampati. Ci sono diverse serie di questo fortunatissimo apparecchio – tanto fortunato da divenire quasi un manifesto della grande crescita del design italiano a scala internazionale –; io considero la prima serie quella piú bella: ma mi rendo conto che in questo caso è solo questione di gusto. La prima serie ha l'orlatura tra i due corpi in un perfetto acciaio cromato, anche la maniglia (inserita nel corpo stesso di uno dei lobi dell'apparecchio) è dello stesso materiale. Nelle serie successive questi pezzi d'acciaio si sono fatti di plastica, il disegno è altrettanto preciso, i colori altrettanto intonati (rosso fuoco, bianco, nero). Ma per quel che è la mia impressione s'è persa quell'idea di solidità, di resistenza al tempo che aveva la prima serie. Dicono – e sono convinto che sia cosí – che le ultime serie, tutte in plastica, sono assai migliori dal punto di vista tecnico: tuttavia un oggetto ha pure da salvaguardare una propria identità. E nel caso specifico a me la plastica da un senso di provvisorietà. In effetti la radio d'oggi è provvisoria: un transistor costa persino 7/8000 lire: si consuma, deperisce e non è necessario che ci trasmetta un'idea di durata. Ma, essendo un attardato, amo gli oggetti (e dunque anche la radio) che mi trasmettono un senso di non deperibilità. Sono gli oggetti che ci debbono sopravvivere o noi dobbiamo sopravvivere ad essi? Su questo interrogativo credo che possa concludere questa breve rassegna sulla radio come forma, sulla radio come parte della nostra casa e della nostra quotidiana esistenza.



La prima autoradio italiana, costruita nel laboratorio Botner (1928).



GIAMPIERO GAMALERI

LE TEORIE DELLA RADIO. RIFLESSIONI SULL'IDENTITÀ E L'AMBIGUITÀ DEL MEZZO

Capita spesso che l'intuizione dell'artista riesca a racchiudere in una sola immagine gli aspetti essenziali di un fenomeno su cui studiosi pur valorosi hanno versato fiumi d'inchiostro.
Ciò è avvenuto anche nel caso della radio. Ad essa Bertold Brecht ha dedicato una breve poesia, scritta tra le due guerre, molto prima della nascita del *transistor*:

Tu piccola scatola, che ho tenuto stretto mentre fuggivo
perché le tue valvole non si spaccassero,
che ho portato dalla casa alla nave e dalla nave al treno,
perché i miei nemici potessero ancora parlarmi accanto al mio letto, alla mia pena,
l'ultima cosa la sera, la prima la mattina,
delle loro vittorie e delle mie ansie,
promettimi di non tacere all'improvviso.

È un testo che si presta a molte considerazioni. Una in particolare, però, ne scaturisce con immediata evidenza: l'ambivalenza strutturale di questo medium. Quando Brecht scriveva, il mezzo radiofonico era stato per cosí dire "sequestrato" dai leaders delle dittature nazi-fasciste. La famosa trasmissione di Orson Welles sull'invasione dei marziani era stata una specie di prova generale della «portata onnicomprensiva e totalmente coinvolgente dell'immagine auditiva della radio», come dirà Marshall McLuhan [1]. Mussolini ed Hitler non faranno altro che usare sul serio questo medium che Welles aveva adoperato per un grande gioco fondamentalmente innocente.
Ecco dunque manifestarsi le due dimensioni antitetiche della radio, che hanno alimentato studi, teorie e anche utilizzazioni tra loro tanto diverse. Da una parte essa ci si presenta come un modello di comunicazione diretto, personale, privato, quasi intimo. È questo l'aspetto esaltato da Roosevelt nelle sue famose conversazioni al caminetto, orientate verso la funzione colloquiale del mezzo. Dall'altra la radio si è prestata, specie nel periodo pre-televisivo, in cui ha dominato il campo, insieme alla stampa e al cinema, ad essere il tamburo tribale ritmato dai grandi stregoni dell'assolutismo politico. Tendeva cosí a monopolizzare quello spazio acustico che è «una subliminale stanza degli echi che ha il potere magico di toccare corde remote e dimenticate».
Ebbene, il genio di Brecht ha saputo cogliere entrambi questi aspetti e valorizzare uno di essi proprio nel momento in cui l'altro era drammaticamente dominante. A tal punto da poter "amare" questo medium anche quando a parlare attraverso di esso fossero i suoi nemici. Ciò non è avvenuto per altri pur ragguardevoli studiosi che hanno analizzato il mezzo con maggiore competenza e puntiglio, ma certo con minore capacità penetrativa. Con questa chiave di lettura, proviamo a passare in rassegna i principali contributi teorici in materia.
Naturalmente, la presente riflessione non ha l'ambizione di passare organicamente in rassegna tutte le "teorie della radio". Il suo filo conduttore consiste nel richiamare alcuni autorevoli punti di vista che hanno rivelato in modo piú persuasivo la natura "autonoma" del mezzo, cioè quei caratteri che fanno della radio non solo, com'è ovvio, una variabile dipendente dal tessuto socio-culturale (ogni società *ha* la sua comunicazione), ma in qualche misura e nei modi appropriati un fattore di trasformazione, nel contesto degli altri processi mediali (la società *è* la sua comunicazione).
Tuttora di grande spessore si presenta l'approccio di Rudolf Arnheim, che è – com'è noto – di tipo prevalentemente percettivo. Sotto questo aspetto, il suo lavoro *La radio cerca la sua forma* [2], malgrado il tempo trascorso dalla pubblicazione, mantiene un carattere di sorprendente attualità. Se prendiamo, ad esempio, il capitolo "Il mondo dei suoni", troviamo una significativa anticipazione di temi che solo oggi stanno affiorando all'orizzonte della ricerca scientifica: sono i temi del rapporto tra media e sistema psico-sensoriale dell'uomo. La radio viene cosí considerata per l'interazione che essa stabilisce con modalità espressive primordiali: la musica, il rumore e soprattutto la parola, non solo come veicolo di significati, ma anche e soprattutto come gamma di possibili modulazioni, come i timbri di voce.
Parallelamente, l'attenzione di Arnheim si rivolge alle diverse dimensioni dell'universo acustico, come la direzione dei suoni, la loro distanza, la loro successione (secondo un «taglio temporale e non spaziale», come avviene invece con la riga stampata) e la loro possibile simultaneità: tutte modalità prese non già come a se stanti, ma in quanto avvertite dal soggetto. L'interesse e quasi la passione con cui l'autore analizza tali fenomeni, pur nel rigore della ricerca, lo porta ad espressioni paradossali, tra cui spicca

quell'"elogio della cecità" che quasi scandalizzò qualche studioso suo contemporaneo.
Ma quello che alla fine è piú interessante notare anche in Arnheim è la sua capacità di cogliere, naturalmente con la sua ottica, la fondamentale ambivalenza del fenomeno radiofonico. Ecco come egli la formula, imperniandola sul profilo della figura dell'annunciatore.

«L'annunciatore in pari tempo costituisce la forma radiofonica piú astratta e piú lontana dalla natura e la piú naturale ed immediata. Non c'è contraddizione. L'apparente contradditorietà di queste caratteristiche proviene solo dal fatto che si parte da due modi diversi di vedere: se in primo luogo si considera la radio come mediatrice fra l'orecchio e una scena con attori reali (radioscena drammatica), allora l'annunciatore privo di corpo che recita il suo monologo è la piú radicale forma astratta che si possa pensare; ma se si concepisce la trasmissione come un susseguirsi di puri suoni davanti all'orecchio dell'ascoltatore cieco, allora l'annunciatore (e la musica) è la forma radiofonica piú immediata e piú semplice; mentre al contrario, partendo da questo punto di vista, la radioscena che descrive il teatro dell'azione è una produzione solo molto mediata che si interpreta coll'aiuto dell'esperienza. Vale a dire: la considerazione parte o dalla scena naturale come fatto originario, oppure viceversa dalle forme fondamentali del materiale rappresentativo. Il feticcio africano scolpito nel legno è dal punto di vista della realtà naturale una rappresentazione molto astratta; dal punto di vista delle caratteristiche del materiale impiegato (blocco di legno) è il modo piú naturale, piú logico e piú semplice di raffigurare una figura umana».

Quest'ambivalenza espressiva ha un corrispettivo anche sul piano politico. Arnheim individua una concezione "liberale" del mezzo che esalta la sua attitudine a porsi come strumento di evasione («il paradiso dei curiosi»), che si oppone a una concezione opposta, in cui prevale la sua valenza propagandistica, persuasoria, "educativa".

«Se i liberali respingono la polemica e la propaganda come indegne di un'elevata discussione spirituale, se si cerca di escludere il piú possibile la politica perché la radio non deve calcare sui contrasti e seminare odio, bensí offrire a tutti un grato ristoro alle tristezze della vita, ecco che secondo il principio contrario la radio serve consapevolmente come strumento di educazione e di formazione politica. Se la radio liberale somiglia alla Elena di Zeusi, che secondo un'antica tradizione lo scultore avrebbe fatta imitando le piú belle parti del corpo delle piú belle vergini di Crotone e componendole in una unica figura, la radio unitaria è una statua di un solo getto e non si tratta ora che di vedere se il radiopubblico la trovi, oppure no, confacente al suo spirito».

Pur con le attenuazioni dovute al tempo e al luogo in cui l'autore scriveva (ma arriverà anche a parlare dei rischi di un'"imposizione autoritaria" del modello radiofonico), la sua distinzione appare veramente cogliere non solo i caratteri della realtà a lui contemporanea, ma anche sviluppi che giungono sino a noi.
Che cos'altro sono gli attuali programmi di evasione, o gli spot pubblicitari sempre piú sofisticati, oppure ancora un certo uso spettacolorizzato della notizia se non un'utilizzazione consumistico-estetizzante del mezzo, se non una composizione del suo messaggio «con le parti piú belle del corpo delle piú belle vergini di Crotone»? E, al contrario, che cos'è l'uso della radio da parte degli attuali regimi assoluti se non «la soppressione automatica di tutto ciò che devia» attraverso una gestione centralizzata e pedantemente "educativa"?
Quest'ambivalenza della radio e piú in generale dei media, sarà ripresa da Marshall McLuhan nella celebre intervista sul terrorismo del 1978.

«Il piú delle volte noi nascondiamo il potere persuasivo dei media immettendovi contenuti inoffensivi, di semplice intrattenimento. Ma i terroristi usano i media come strumenti di educazione. Per essi la guerriglia stessa è educazione... Allora coloro che hanno usato per tutti questi anni radio, televisione, giornali come mezzi per intrattenere il pubblico si rivelano impotenti quando altri li adoperano come strumenti di guerriglia, come strumenti di educazione. La gente, poi, cioè il pubblico, rimane sconvolta quando un medium si trasforma, tutt'a un tratto, in un'arma puntata contro la propria testa».

Proprio su questo punto si innesta la riflessione di Theodor W. Adorno [3], imperniata sulla figura dell'"ascoltatore per passatempo". L'uso evasivo della musica – e quindi del mezzo radiofonico realizza in ultima analisi un modello di comunicazione altrettanto omogenea quanto quella, immediatamente evidente, dei regimi totalitari.

«Il tipo dell'ascoltatore per passatempo è l'oggetto dell'industria culturale, vuoi che questa – secondo l'ideologia che le è propria – gli si adegui, vuoi che sia lei stessa a crearlo e metterlo in luce (ma forse è errato porre una questione isolata relativamente alla priorità dei due fenomeni: entrambi sono una funzione dello stadio della società nel quale si intrecciano produzione e consumo). Il tipo dell'ascoltatore per passatempo andrebbe socialmente messo in rapporto con il fenomeno... di un'ideologia unitaria e livellata... La struttura di questo tipo di ascolto assomiglia a quella del fumare, e viene definita piú dal disagio che si prova quando si spegne la radio che dal godimento, per modesto che esso sia, che si prova quando è accesa».

La visione di Adorno è fondamentalmente pessimista. Anche la dimensione piú intima della radio (ricordiamo Brecht: «... accanto al mio letto, alla mia pena...») non sfocia in una partecipazione piú consapevole e personalizzata al processo comunicativo radiofonico: sarebbe anzi un aggiustamento della propria solitudine in casi, abbastanza generalizzati di individualità morbosa.

«L'individuo morboso si rassegna alla situazione dell'oppressione sociale come pure alla propria solitudine aggiustandola come se fosse in qualche modo una realtà che possiede una sua natura specifica: dice "lasciatemi in pace" e ne ricava qualcosa come un'illusionaria zona privata in cui crede di poter essere se stesso».

Anche Umbero Eco dedica una particolare attenzione al tema dell'ascolto musicale, imperniando le sue considerazioni sulla canzone di consumo, quella "melodia gastronomica" che viene usata "facendo altro", cioè come sottofondo [4].
Egli è però piú aperto all'ipotesi di una canzone "diversa, nuova", che conduca la propria polemica contro il modello consumistico

«elaborando dei "parlati", dei "continui" discorsivi atti a mettere in nuovo risalto i contenuti, non cercando di attanagliare l'ascoltatore mediante la fascinazione di un ritmo primitivo, quanto piuttosto attraverso la presenza invadente di concetti e di appelli inconsueti. Il risultato è stato quello di fornire una canzone che la gente *si raccoglie per ascoltare*... La canzone "diversa" richiede rispetto ed interesse».

Ma fino a qual punto queste espressioni alternative hanno fatto breccia nell'universo reale, concreto, quotidiano del grande pubblico? Lo stesso Eco non è ottimista in proposito:

«[...] una canzone che richiede rispetto e attenzione rappresenta ancora, sia pure a livello di una cultura di massa, una opzione "colta". Rappresenta una punta massima a cui una cultura di massa può aspirare, il primo gradino verso un'educazione ulteriore del gusto e dell'intelligenza, attraverso esperienze piú complesse. Un passaggio fondamentale, quindi, ma non rappresenta la risposta a tutti i problemi del consumo musicale di massa».

Gli sviluppi successivi alla data del suo scritto sembrano avergli dato ragione, seppure con alti e bassi corrispondenti, tra l'altro, al clima etico-politico dei diversi periodi piú recenti.
Ma piú in particolare, qual è la condizione dell'ascoltatore radiofonico, per il quale *il raccogliersi per ascoltare* può essere tutt'al piú un atteggiamento psicologico, ma certamente non una condizione concreta ed esistenziale? Osserva Eco:

«[...] il magnetismo dell'esecutore e il magnetismo del pubblico sono parte essenziale di un ascolto musicale tradizionale, introducendo nell'ascolto una quota di "teatralità" che non è negazione, ma caratterizzazione del rito musicale. Il radioascoltatore è invece posto a diretto contatto con l'universo sonoro nella sua assoluta purezza; ascolta dei timbri che il mezzo tecnico, per quanto perfetto, non gli offre mai uguali a quelli originari, ma caratterizzati da una maggiore freddezza; non è distratto, né aiutato, da presenze umane direttamente collegate col fatto musicale, che egli coglie nel suo aspetto rigorosamente formale, in una atmosfera che taluno ha voluto definire di rarefazione metafisica».

C'è quindi un'evidente autonomia dell'espressione radiofonica, che investe ogni genere veicolato dal mezzo. Arnheim la coglieva nel rapporto annunciatore-radiodramma, Adorno, negativamente, nella condizione, con punte di "morbosità" dell'individuo isolato, Eco nella fruizione dell'espressione musicale.
Questo apre al grande tema dello specifico radiofonico o, se si vuole, dell'"arte" in questo medium.
Chi prende di petto questo tema controverso è Robert Wangermée, in un saggio dal titolo eloquente: *Y a-t-il un art de la radio et de la télévision?* [5] Wangermée, piú che un teorico è stato un pragmatico ai massimi livelli, avendo ricoperto alte cariche dirigenziali presso la Radiotelevisione belga e l'Unione Europea di Radiodiffusione. Ma è stata proprio l'esperienza professionale a porre a un manager sensibile come lui il **problema di fondo sull'originalità espressiva dei media.**

Per quanto riguarda l'autonomia del linguaggio, secondo l'autore

«radio e televisione non sono meri veicoli di altre forme di espressione artistica, poiché, qualunque cosa trasmettano, esse la trasformano e, quindi, anche quando non ne prendano coscienza, usano un linguaggio autonomo. La radio e la televisione sarebbero – come anche il cinema – delle arti funzionali, destinate essenzialmente a riempire, con il divertimento, l'istruzione, l'informazione, una buona parte del tempo libero di cui gli uomini oggi possono disporre».

Oltre che dalla loro funzionalità, queste arti, che l'autore chiama «arti di diffusione collettiva» o «arti di diffusione», sono caratterizzate dal fatto che esse

«si rivolgono all'insieme della società e quindi a pubblici eterogenei, e dal fatto che esse sono legate a tecniche complesse, per cui non possono essere prodotte da individui isolati ma comportano un'attività di produzione collettiva».

Ma qual è, in concreto, il tasso di originalità con cui il medium radiofonico viene usato da chi ne detiene tuttora la titolarità, vale a dire l'industria culturale? Teniamo presente che anche nelle esperienze di gestione piú decentrata, come nel caso italiano delle cosiddette "radiolibere", l'industria culturale rientra almeno in due modi: primo, come "agenzia" di rifornimento di colonne musicali di base (discografia); secondo, come promotrice di modelli informativi rispetto ai quali l'innovazione espressiva appare pressoché irrilevante se non addirittura peggiorativa.
Per rispondere all'interrogativo posto possiamo rifarci a un altro classico del pensiero massmediologico, Edgar Morin. A suo avviso, l'ambiguità della radio riflette l'ambiguità della stessa cultura di massa [6].

«Da un lato, essa (continuando il filone della cultura popolare) assolve a una *funzione di evasione* dalla vita reale: scontando in partenza lo scarto esistente tra le aspirazioni individuali alla felicità e le obiettive difficoltà che si frappongono al suo raggiungimento (in particolare il complesso dei vincoli sociali), essa offre la possibilità di vivere «per procura» una vita fittizia o immaginaria, in cui regnano l'avventura, il movimento, l'azione sfrenata, consentendo di scaricare cosí, almeno in parte, le tensioni accumulatesi.
Dall'altro lato, la cultura di massa assolve a una *funzione di integrazione* nella vita *reale*. Essa, infatti, propone dei modelli imitabili di comportamento, delle ricette per la vita pratica che le nuove possibilità di consumo e di tempo libero a disposizione delle classi lavoratrici rendono, sia pure entro certi limiti, finalmente realizzabili.
Questa *dialettica di evasione/integrazione* trova il suo correlato psicologico in un meccanismo che l'autore chiama di *proiezione/identificazione*. Si ha proiezione quando l'individuo delega inconsciamente la realizzazione dei propri impulsi repressi ai personaggi immaginari dei mezzi di massa. Si ha identificazione quando l'individuo, al contrario, apprende ed assimila i modi di essere e di agire dei personaggi immaginari dei mezzi di massa, disponendosi inconsciamente a metterli in atto nella propria realtà quotidiana (si pensi ancora al meccanismo messo in atto, negli Stati Uniti, dalla trasmissione radiofonica *La guerra dei mondi* di Orson Welles)».

Voglio concludere con un'ultima considerazione sul futuro della radio. In una recente conversazione per la realizzazione di un programma televisivo, padre Walter J. Ong, dell'Università di St. Louis (Usa), teologo, amico e collaboratore di McLuhan, come lui cultore di letteratura inglese e americana e per tale strada appassionato indagatore della cultura contemporanea, mi ha parlato a lungo del rapido cammino che l'uomo d'oggi va facendo verso una "seconda fase dell'oralità".[7]
Dichiara Ong:

«La cultura "elettronica" ha due conseguenze: da una parte, continua la linearità introdotta dalla scrittura e dalla stampa, con il computer; d'altra parte, introduce la radio e la televisione, esaltando il mondo del suono. Ora, il tipo di oralità in cui oggi ci troviamo, indubbiamente immerge la gente nel suono, in particolare con la voce e le opere create dall'uomo, come la musica, molto di piú di quanto non fosse immersa 100 anni fa.
Ma si tratta di ciò che io chiamo "secondary orality". L'oralità della gente prima che avesse qualsiasi conoscenza della scrittura era "primary orality". La nostra oralità è dunque una oralità secondaria. Sotto molti aspetti è la stessa di quella primaria, e McLuhan ne sottolineava la identità.
A mio avviso bisogna però anche cogliere la differenza.
La oralità secondaria è come quella primaria, ma contemporaneamente è diversa per la ragione che in qualche misura dipende dalla scrittura e dalla stampa. Per preparare un programma, ad esempio, si deve scri-

vere molto e stampare molto. Non si può produrre in radio o televisione, o anche usarle, senza una certa conoscenza della scrittura e della stampa. Questa è la distinzione che io vorrei evidenziare: la differenza fra le due oralità, primitiva e contemporanea.
Ma vi è anche continuità: quando la gente ha imparato a scrivere, non ha smesso di parlare, ma ha dovuto parlare in modo diverso, perché ha dovuto dare alla conversazione quel tipo di organizzazione che la scrittura permette di avere al pensiero; in modo analogo, la stampa ha influito sulla scrittura e sulla conversazione ed adesso i media elettronici stanno influendo sulla scrittura, la stampa e la conversazione; ma un modo di comunicare non cancella l'altro. Il nuovo mezzo di informazione rinforza quello vecchio e lo trasforma completamente».

Riferimenti bibliografici

[1] M. MCLUHAN, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 1967, pp. 316 ss.

[2] R. ARNHEIM, *La radio cerca la sua forma*, Hoepli, Milano 1937, pp. 191-92, 232-33.

[3] T. W. ADORNO, *Introduzione alla sociologia della musica*, Einaudi, Torino 1971, pp. 19 ss.

[4] U. ECO, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964, pp. 315 ss.

[5] R. WANGERMÉE, *Y a-t-il un art de la radio et de la télévision?* in "Etudes de radiodiffusion", n° 1, primavera 1963.

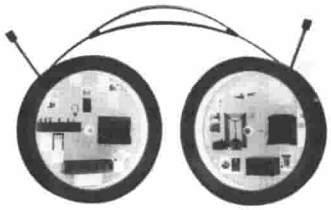
[6] E. MORIN, *L'industria culturale*, Il Mulino, Bologna 1969.

[7] W. J. ONG, *Conversazione registrata* per il programma "Il villaggio elettronico di McLuhan", Rai 2, St. Louis, 29 aprile 1984.

Pagina mancante

la Radio
e il suo tempo

Pagina mancante



MARIO ISNENGHI
UNA RADIO IN OGNI VILLAGGIO?

Due forze allo stato nascente – due "giovinezze", potremmo dire – si manifestano nell'Italia degli anni '20; e, incontrandosi in quel loro stadio ancora iniziale, si giovano e nuocciono vicendevolmente: sono il fascista e la radio. In astratto, da quella simultaneità a suo modo provvida, parrebbero dover sprizzare subito scintille: non è – anche, non solo! – il fascismo, un regime di parole e fondato sulle parole, la grande architettura verbale, l'impalcatura di sogni e di notizie (sia pure "false e tendenziose") di quel giornalista celebre che è Benito Mussolini: regista, a sua volta, e coreografo principe di una serie di addetti, professionali o improvvisati, alla produzione e ai conforti dell'immaginario di massa? E invece, in realtà, gli studi di storia della radio in Italia ci mostrano un Mussolini inizialmente tiepido di fronte alle possibilità del nuovo mezzo, forse poco confacente alla sua particolare retorica e al calcolato uso della voce e dei gesti per catturare e annettersi una folla visibile, nel piú sanguigno e controllabile rapporto diretto tra oratore e pubblico consentito dalla piazza.

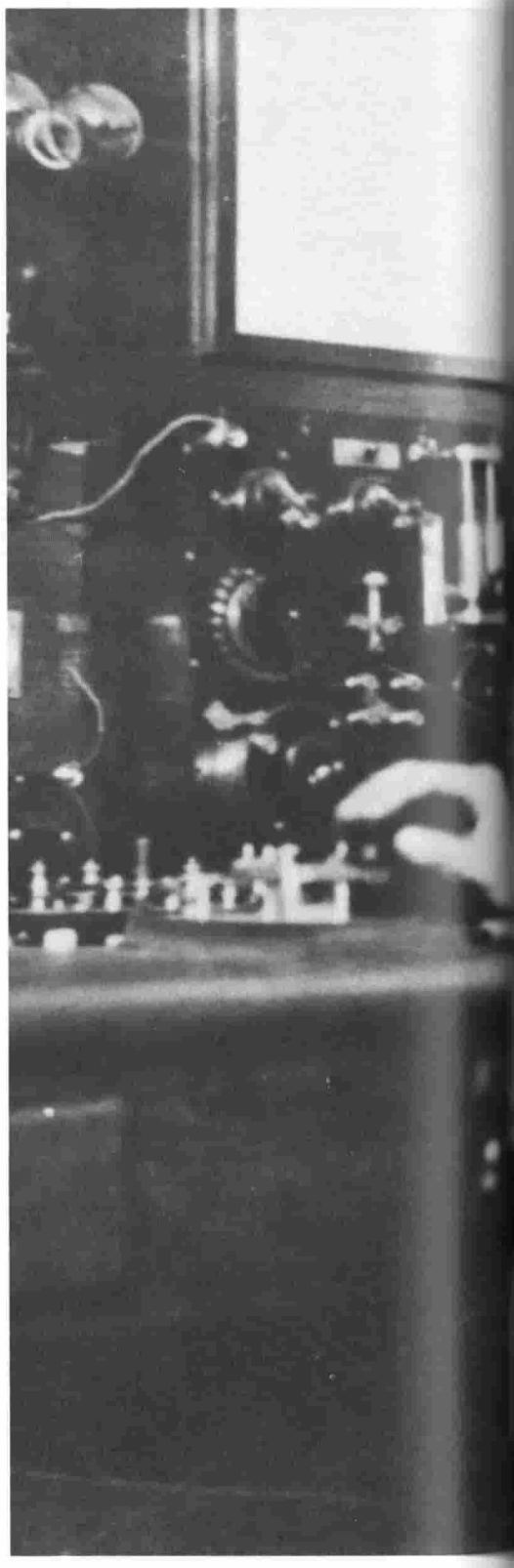
Cosí la radiofonia italiana del primo decennio è piú musicale che politica, piú di intrattenimento che "educativa", piú disimpegnata che impegnata. La formazione delle strutture tecniche e produttive, di una capacità di emissione e di ascolto, l'allestimento degli strumenti, dei generi, del personale, la propagazione del gusto e del pubblico, risultano relativamente tardi: tardi, cioè, sia sul piano comparativo, rispetto ai tempi di affermazione del nuovo mezzo in altri paesi europei, sia sul piano interno, della coscienza che ne dimostra e dell'uso che ne compie il partito-stato che detiene all'epoca le leve del potere, e dell'investimento – tecnico e ideologico – che nella radio il fascismo appare disposto a fare.

Una sfasatura o dislocazione temporale, questa, che si perpetua passando attraverso i confini politici di fase, poiché il personale formatosi ed entrato in servizio negli anni '30 (autori radiofonici, radiocronisti, registi, attori, annunciatori, presentatori, orchestrali, cantanti ecc.) sfonda il muro politico del '43-45, trasmigrando dall'Eiar alla Rai, dal fascismo al postfascismo, e da una radiofonia di regime – ora militante, ora funzionaria, sempre comunque sotto controllo – a una radiofonia di servizio pubblico, almeno teoricamente rifondata e diversamente legittimata. Una continuità – non molto dissimile da quella che caratterizza i quadri direttivi e operativi, le strutture e i generi del cinema italiano, prima, durante e dopo la seconda guerra mondiale – che qui si ricorda solo per rimarcare consonanze e discrasie fra gli itinerari politici e quelli tecnici, la storia nazionale e la storia delle categorie professionali, o delle generazioni e dei gruppi settoriali.

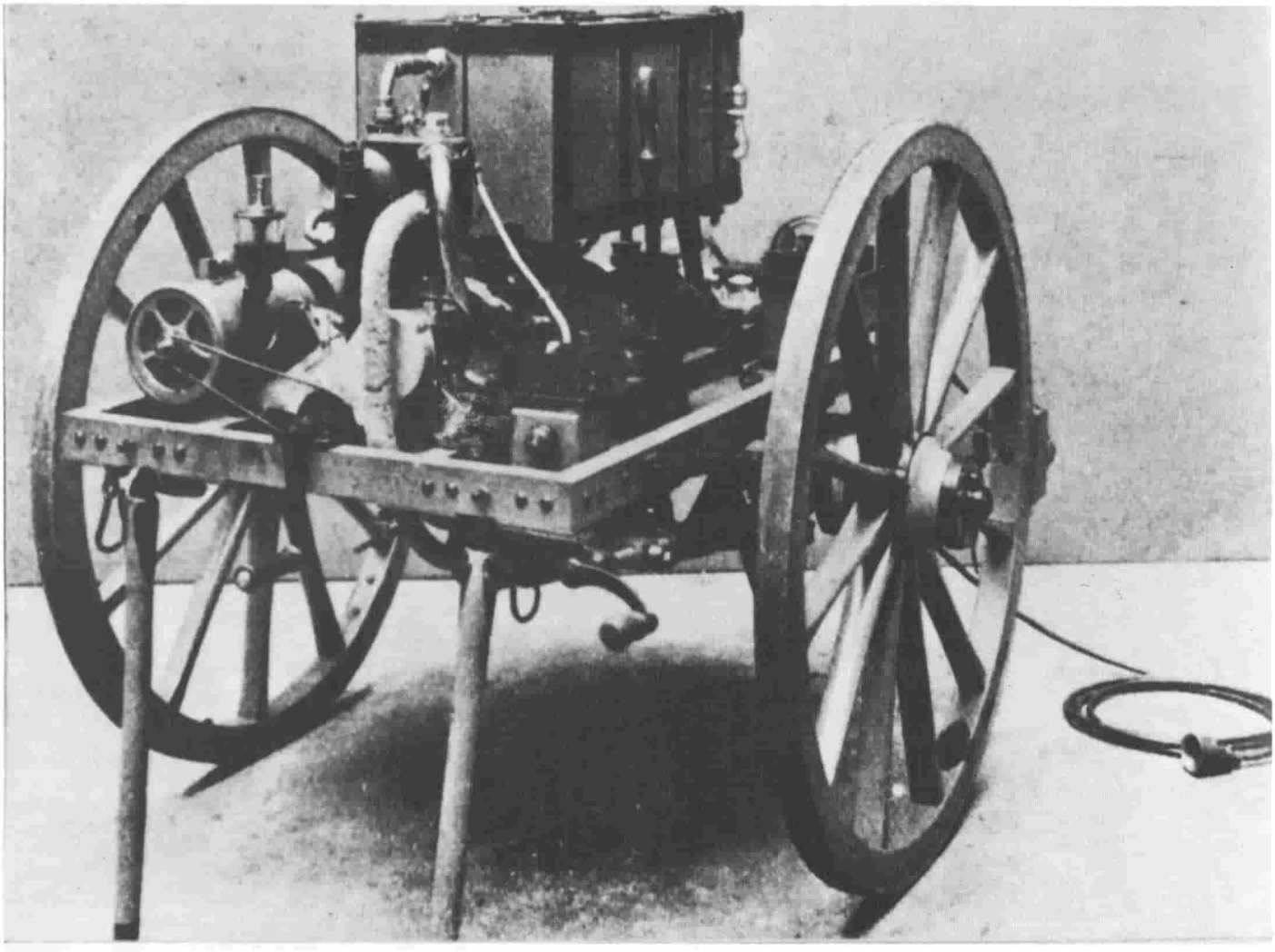
Dalla metà degli anni '30, la radio e l'Italia fascista prendono a intrattenere rapporti piú intensi e caratterizzanti. Il decollo effettivo del mezzo coincide perciò con la maturità del regime e si situa fra la pienezza del consenso, negli anni della espansione in Africa, e il rovinoso declino durante e per effetto del conflitto mondiale. Pochi anni, dunque, meno di un decennio, tuttavia per l'uno e per l'altra decisivi. Si tratta a questo punto, per i politici di regime, di far rientrare e funzionare la radio all'interno e come agente moltiplicatore di uno spazio sonoro protetto, nel quale tutte le voci, i luoghi e i mezzi di acculturazione e di comunicazione – dalla scuola alla stampa, dal pulpito alla piazza, dalle accademie alla pubblicità – sono programmati per funzionare all'unisono. Non è un'impresa priva di difficoltà e di contraddizioni. Nel caso della radio. non risulta infatti ugualmente agevole quanto per la stampa interrompere e vietare di fatto, oltre che di diritto, la comunicazione altrui, le voci ostili o difformi. O meglio: unificati culturalmente e politicamente gli alfabeti civici e la comunicazione radiofonica di produzione nazionale, resta sempre la possibilità – per chi possiede un apparecchio radio – di oltrepassare il sipario dell'autarchia, sintonizzandosi su altre onde e stazioni radio, dunque su altre opinioni e angolature di provenienza estera. Una contraddizione latente e irrisolta, questa, per un regime che istituzionalmente enfatizza il proprio essere monocorde e compatto. «Una radio in ogni villaggio!» – ha intimato Mussolini; e Radio Rurale – la struttura radiofonica parallela all'Eiar, specialmente deputata a raggiungere e provvedere ai bisogni di tre grandi pubblici settoriali: gli scolari nelle scuole, i soldati nelle caserme, i contadini sull'aia o nelle fattorie – ne ha volonterosamente fatto il proprio motto e parola d'ordine. Ma poi – venuta la guerra – lo stesso apparecchio radio può alternatamente eruttare le parole di fuoco dei giornalisti di fiducia del Ministero della Cultura

Popolare, i rassicuranti comunicati militari, le droghe attivistiche dell'agenzia "Stefani", ovvero veicolare – magari nottetempo e con precauzione – Radio Londra; oppure altre voci militarmente e politicamente ostili all'Italia di governo, e fonte di contraddittorio, invece, e di speranza per un'Italia diversa che le va crescendo dentro, anche attraverso quelle voci difformi – anch'esse di propaganda, ovviamente, ma alternativa a quella che nella stampa e nelle piazze italiane tiene tuttora il campo. Non stupisce che, fra il '43 e il '45, in particolare, siano documentabili voci di preoccupazione e di sdegno avverso questa intrisecamente pericolosa alterità dei messaggi radiofonici, le quali si levano dall'interno del campo fascista o, piú latamente, di coloro che per l'oggi e per il domani si preoccupano di garantire l'univocità del potere di informare e di formare il popolo.

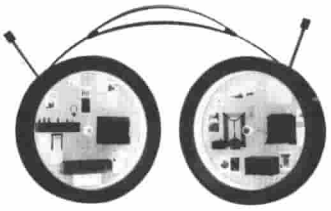
Naturalmente, riconosciuta la portata potenziale delle eccezioni, non è il caso di trascurare la regola. Fra gli anni '30 e '40, la radio in Italia non è certo solo, né soprattutto, Radio Londra. La regola è l'invasione e l'occupazione a senso unico dello spazio sonoro, anche attraverso e grazie i mezzi crescenti dell'apparato radiofonico. E qui, nonostante i rilevanti lavori di ricognizione storica sull'evoluzione strutturale e i primi già significativi sondaggi su uomini e programmi, si può dire che una vasta miniera di documenti, personaggi e testi d'epoca aspetti ancora, in larga misura, i suoi esploratori. Come già si va facendo per la stampa o per il discorso in piazza, occorrerà cioè ricuperare – dagli archivi pubblici e privati, dai testi a stampa, dalla memoria dei protagonisti e con ogni altra possibile fonte – i testi radiofonici, la programmazione effettiva, la quotidianità della radio: ricostruire le strategie comunicative, le forme e i contenuti dell'informazione radiofonica, la politica espressa e quella latente: la tipologia del Giornale Radio (che fosse di regime lo sappiamo in partenza, ora si tratterebbe di entrare nel merito, cioè nello specifico della produzione e della ricezione); le radiocronache e le corrispondenze radiofoniche, con speciale riguardo ai servizi sul duce e le sue prestazioni oratorie, gli appuntamenti di massa, lo sport, la guerra: tutti i momenti e le occasioni, cioè, in cui è presumibile che l'immediatezza del mezzo potesse giovare a toccare le corde emotive e a favorire la comunione nazionale in chiave fascista (beninteso, vale l'analisi dei testi, ma congiuntamente la conoscenza dei numeri, perché sarebbe vano, poniamo, disquisire su rubriche destinate ai contadini o ai militari e non porsi il problema del numero degli apparecchi disponibili e quindi del pubblico effettivamente raggiunto). L'analisi dei testi, una piú articolata conoscenza dell'organizzazione dell'ascolto pubblico e privato, il quanto e il come della ricezione, rappresentano la triplice pista tematica su cui sarebbe opportuno spostare a questo punto l'interesse degli studiosi della radio in Italia (e della società italiana fra le due guerre, in quanto informata, interpretata, rappresentata dalla radio). Fra i "generi" radiofonici piú congeniali ai bisogni del fascismo si troverà probabilmente la "radioscena", in particolare la radioscena a sfondo storico o attualizzante: sulla grande guerra, la marcia su Roma, la conquista dell'Etiopia, la sfida anticomunista in Spagna ecc. Teatro di un coinvolgimento emotivo, luogo di complicità fra chi parla e chi ascolta, che solo poche altre ritualità di massa – dalla grande partita di calcio ai piú attesi discorsi del duce, e forse a qualche trasmissione di guerra – sembrano in grado di superare, per essere ancora piú dirette e "reali".



Una stazione radiotrasmittente italiana negli ultimi mesi della prima guerra mondiale.



Una stazione radiotelegrafica mobile in uso nella prima guerra mondiale.



VALERIO CASTRONOVO

IL MODELLO INDUSTRIALE

Di servizi radiofonici si cominciò a parlare in Italia fin dal 1910, nell'ultimo scorcio dell'età giolittiana. L'Italia stava conoscendo la sua prima rivoluzione industriale e sembrava che anche in questo nuovo campo delle comunicazioni si potesse passare in un breve giro di tempo dalle esperienze pionieristiche all'organizzazione di strutture operative a carattere commerciale. Ma lo scoppio della prima guerra mondiale e poi le crisi di riconversione post-bellica troncarono a metà alcuni progetti in corso e bloccarono l'attuazione delle norme legislative in materia che il parlamento aveva varato nel frattempo. Di fatto, soltanto dopo l'avvento del fascismo, nell'ambito piú generale della revisione della politica economica intrapresa dal ministro della finanza Alberto De' Stefani, la questione tornò d'attualità senza peraltro che essa trovasse una soluzione immediata. A disputarsi la concessione del servizio radiofonico erano infatti una mezza dozzina di imprese: dalla Italo-Radio, con capitali francesi e tedeschi garantiti dalla Banca Commerciale, alla società Radiofono, nata con la partecipazione di alcune aziende appartenenti all'industria radioelettrica; dalla Fatme alla Allocchio Bacchini, dalla Perego (controllata dalla Compagnia Marconi, fortemente protetta dal ministro Costanzo Ciano) alla Società Italiana Radio Audizioni Circolari (Sirac) nata con lo scopo di assicurare il mercato italiano agli apparecchi radioriceventi costruiti dall'americana Western Electric. Alla fine furono la Radiofono e la Sirac a spuntarla: dalla loro fusione nacque a Roma, il 27 agosto 1924, l'Unione Radiofonica Italiana (con un capitale sociale di 1.400.000 lire sottoscritto per quasi l'85% dalla Radiofono) e all'Uri il governo accordò la concessione esclusiva dei servizi di radioaudizioni circolari per la durata di sei anni, prorogabile per altri quattro. Presidente della società venne nominato Enrico Marchesi, che proveniva dalla Fiat, dove aveva ricoperto per parecchi anni l'incarico di direttore amministrativo, vice presidente Luigi Solari, molto vicino agli interessi di Guglielmo Marconi.

Due mesi dopo, il 6 ottobre 1924, da una sala di palazzo Corrodi a Roma prese il via un regolare servizio di radiotrasmissioni circolari limitato peraltro a qualche ora di programma serale. In effetti l'esordio della radio in Italia avvenne quasi in sordina. L'industria radiofonica nacque con un certo ritardo rispetto a quella di altri paesi occidentali e il ricorso al principio di concessione in esclusiva era dovuto solo in parte a ragioni di opportunità politica. Le difficoltà economiche e in particolare la scarsità di capitali disponibili sul mercato da investire in un settore dall'avvenire ancora incerto, ebbero un peso assai piú decisivo nel determinare l'adozione del regime di monopolio. D'altra parte, tranne la stazione trasmittente di Roma sorta in piena campagna, la rete nazionale era ancora tutta da realizzare. Ci vollero due anni per impiantare le stazioni di Milano e di Napoli e poi altri tre anni perché entrassero in funzione anche quelle di Bolzano, Genova e Torino. Ma la prima stazione trasmittente nazionale a grande potenza, quella di Roma-Santa Caterina, venne realizzata soltanto nel 1930, anno in cui vide la luce anche il Laboratorio ricerche di Torino. Nel corso di questo primo periodo di attività il numero degli abbonati rimase esiguo: non piú di 27.000 nel 1926, circa il doppio nel 1928 (quando in Germania, per esempio, s'aggiravano già sui due milioni). La radio era considerata un oggetto di lusso: ben pochi potevano affrontare la spesa di un apparecchio, anche per i modelli meno eccentrici, e il canone di abbonamento annuo che, sommati insieme alle tasse di iscrizione e ad altri oneri, equivalevano pressappoco allo stipendio medio mensile di un impiegato. D'altro canto, le ore di trasmissione erano poche, concentrate nel tardo pomeriggio e alla sera, ed erano riempite prevalentemente di registrazioni musicali, da qualche commedia e da brevi notiziari. Dal 1928 avevano fatto la loro prima comparsa le cronache sportive in diretta ma queste e altre iniziative rivolte ad allargare i programmi e a renderli piú popolari (attraverso la registrazione di brani lirici e di operette, la messa in onda di ballabili, di canzonette di musica leggera, la trasmissione di rubriche particolari di varietà e di giochi, e cosí via) non riuscirono a raggiungere gli scopi che si prefiggevano. D'altra parte, la "grande crisi" del 1929 si abbatté anche in Italia con effetti disastrosi sia sull'occupazione sia sul potere d'acquisto dei ceti popolari. Solo quando le conseguenze della depressione economica cominciarono a diradarsi, gli indici dell'utenza divennero piú consistenti: alla fine del 1931 si contavano 242.000 abbonati e il pubblico degli ascoltatori risultava compo-

sto non soltanto piú da una ristretta élite ma da piú ampi strati di piccola e media borghesia.
Nel frattempo, dal novembre 1927, l'Uri s'era trasformata in Eiar (Ente italiano per le audizioni radiofoniche). Enrico Marchesi, al quale non era mancato l'appoggio della Fiat (titolare di una consistente partecipazione azionaria nell'Uri e poi nell'Eiar), ebbe il merito di realizzare alcune strutture portanti dell'industria radiofonica, su cui negli anni successivi fu possibile realizzare un progressivo ampliamento sia dei programmi sia degli utenti. Sotto la sua gestione, e con la direzione generale affidata a Raul Chiodelli, venne intrapresa la costruzione del Centro di produzione radiofonico di Roma, che, portata a compimento nel dicembre 1931, consentí di ospitare, insieme agli uffici della direzione compartimentale, sette auditori e i servizi ausiliari; a lui si deve anche la creazione, fin dall'ottobre 1926, della Sipra (Società Italiana Pubblicità Radiofonica) con un capitale ripartito tra Uri, Sirac e un gruppo di imprenditori milanesi fra cui spiccavano i nomi dell'ingegnere Allocchio, costruttore di apparecchi radio, e dell'editore Arnoldo Mondadori. Ma l'esercizio dell'attività sociale non avrebbe potuto continuare se non fossero intervenuti dei massicci finanziamenti pubblici. Ciò che avvenne appunto con la fondazione dell'Eiar, un ente speciale a capitale privato con nuove strutture di grandi dimensioni, a cui lo stato assicurò in concessione per 25 anni l'esclusiva del servizio di radioaudizioni, oltre a vari incentivi per il potenziamento tecnico degli impianti trasmittenti.
A Marchesi subentrò nel novembre 1934 Giancarlo Vallauri, presidente della Sip (Società Idroelettrica Piemontese) che un anno prima, nel marzo 1933, era diventata proprietaria della maggioranza azionaria della società. Quella che fu definita la "piemontesizzazione" dell'Eiar rimase pertanto anche nei primi anni '30 una caratteristica dell'assetto aziendale e dell'immagine della società radiofonica italiana. Nel 1929 gli studi e gli uffici amministrativi dell'Eiar di Torino vennero trasferiti al Palazzo dell'Elettricità, sede della Sip e, due anni dopo, sempre la Sip incorporava la Società per le industrie elettrotelefoniche di Torino (Siet), azionista di maggioranza di una società produttrice di apparecchi radio e specializzata nella sistemazione di cavi telefonici.
Questo particolare tratto distintivo d'impronta subalpina venne stemperandosi negli anni successivi: non soltanto per l'apertura della nuova sede di via Asiago a Roma (che ospitava cinque nuovissimi auditori) e, poi, per le operazioni di risanamento finanziario che portarono al passaggio della Sip sotto il controllo dell'Iri, ma soprattutto per l'intervento assai piú diretto del regime fascista nello sviluppo dei servizi radiofonici in funzione dei suoi particolari obiettivi politici. Mussolini, che all'inizio non aveva dimostrato molto interesse alla radio, s'era reso conto col tempo, anche per la vasta risonanza che alcune trasmissioni radiofoniche avevano suscitato in altri paesi, dell'importanza che il nuovo mezzo di comunicazione avrebbe potuto rivestire per l'azione propagandistica del regime. Dalle 6196 ore di trasmissione del 1927 si era passati alle 15.768 del 1929 e alle 43.723 del 1934. La potenza complessiva d'antenna degli impianti (di pari passo con il loro sviluppo su tutto il territorio nazionale fino ai maggiori centri trasmittenti di Santa Palomba e Prato Smeraldo) era cresciuta da 1,7 kW del 1924 a 187,5 del 1932.
Per ampliare l'area d'ascolto, che continuava ad essere limitata al ceto medio urbano delle regioni centro-settentrionali, il governo provvide a che fossero installati numerosi apparecchi, con relativi altoparlanti, in tutte le sedi delle organizzazioni di partito (a cominciare dalle case del fascio), nei dopolavori, nelle scuole, negli uffici, nelle caserme, nei principali ritrovi pubblici. Per raggiungere i ceti contadini si diede vita persino a un Ente radio rurale. Questo vasto piano di diffusione dei posti d'ascolto assicurò al regime fascista ampie possibilità di pianificazione del consenso e di mobilitazione psicologica delle masse, come risultò evidente in particolare durante la guerra d'Etiopia tra il 1935 e il 1936 e, successivamente, in occasione dell'intervento italiano nella guerra civile in Spagna a fianco delle forze franchiste. D'altra parte, per rendere permanente l'opera di persuasione e indottrinamento totalitario attraverso i canali radiofonici, venne stabilito con un decreto-legge del 26 settembre 1935 (convertito nella legge 9 gennaio 1936) che il controllo sui programmi dell'Eiar fosse di competenza del Ministero stampa e propaganda.
Gli abbonati crebbero rapidamente nella seconda metà degli anni '30 sino a raggiungere l'ambito traguardo di un milione nel 1938. Nel frattempo l'Eiar assunse nuove dimensioni aziendali e operative. Nel dicembre 1936 venne inaugurato a Roma il Centro di formazione artistica e tecnica del personale addetto all'esercizio delle radiodiffusioni (radiocronisti, soggettisti, registi, annunciatori, radiofono montatori, eccetera). Nel corso dell'anno successivo giunse a compimento un vasto piano di potenziamento degli impianti: vennero realizzati nuovi collegamenti in cavo fra diverse stazioni, fu ultimata l'installazione, a Roma-Prato Smeraldo, di una nuova antenna direttiva, orientata verso gli Stati Uniti, che quadruplicava la potenzialità di ricezione in America dei programmi italiani ad onda corta; ebbero inizio le trasmissioni del Terzo programma mediante un raggruppamento di stazioni (Firenze I, Napoli I, Milano II, Torino II, Genova II, Bari II, Roma III); entrò in servizio la stazione Eiar a onde ultracorte installata a Roma-Monte Mario (che ospitava pure il trasmettitore audio della stazione sperimentale di televisione) e venne infine attivata la stazione radiofonica di Napoli II, a cui avrebbero fatto seguito nel 1938 quelle di Milano III, Ancona, Torino IV e Catania. Anche il palinsesto delle trasmissioni venne migliorato con l'offerta di nuovi programmi musicali, di intrattenimento e di informazione.
Ma l'industria del settore stentava a tenere il passo con i progressi raggiunti via via nell'organizzazione dei servizi radiofonici. Il tentativo di realizzare un apparecchio particolarmente economico, il "radiobalilla", non aveva avuto molto successo; d'altro canto i rigidi vincoli imposti dalla politica autarchica, determinando l'utilizzazione di materiale scadente, finirono per annullare i perfezionamenti conseguiti nella progettazione tecnica. Di fatto il consumatore si trovava costretto ad acquistare dei prodotti a prezzi sempre piú alti oppure degli apparecchi di qualità mediocre. In compenso l'industria nazionale ebbe modo di accrescere le sue potenzialità e i suoi effettivi. Mentre nel 1929 il valore degli apparecchi radioriceventi importati ammontava a 335 milioni di lire, nel 1937 esso s'era ridotto a soli 128 milioni: per contro, la produzione nazionale di apparecchi e accessori, valutata nel 1935 in 100 milioni di lire con 4000 unità lavorative impiegate, era passata nel 1938 a 300 milioni di lire con 10.000 unità lavorative. Tutta una serie di attività promozionali – dalle Mostre annuali, alle iniziative del Gruppo Costruttori Apparecchi Radio costituitosi in seno all'Amma, l'Associazione che riuniva le industrie meccaniche e affini – contribuirono a incrementare la vendita degli apparecchi e il numero degli abbonati, che nel 1939, toccarono la punta di 1.194.849 unità. Ma le principali imprese italiane (Ansaldo Lorenz, Marelli, Siti, Allocchio Bacchini, Cge). pur ampliando il loro raggio d'azione, non riuscirono ad affrancarsi del tutto dalla concorrenza della grande industria straniera, rappresentata soprattutto dalla Telefunken e dalla Philips, in un ambito di mercato che rimase peraltro piuttosto ridotto rispetto

agli standard medi di altri paesi europei. Numerose zone della penisola non erano ancora state raggiunte dall'energia elettrica mentre gli apparecchi portatili a batterie avevano fatto soltanto allora la loro prima comparsa; quanto agli apparecchi piú comuni, quelli a cinque valvole, essi costavano dalle 1200 alle 1700 lire nella versione "soprammobile" e tra le 2200 e le 3000 lire e oltre nella versione "radiofonografo": prezzi, questi, che non erano certo alla portata di tutte le borse.

Piú che la fugace fase di ripresa economica manifestatasi nell'ultimo scorcio degli anni '30, che coincise con una certa espansione dei consumi, fu il convulso periodo della guerra ad aprire la strada a una diffusione di massa del mezzo radiofonico. Le notizie dal fronte e i bollettini militari, seguiti con trepidazione dalla gente, moltiplicarono notevolmente l'ascolto della radio: nel 1942 si contavano due milioni di utenti, serviti da 34 stazioni a onda media per una potenza complessiva di 850 kW, e da 9 stazioni a onde corte per una potenza globale di 431 kW. Gran parte di questi impianti andarono distrutti nel corso del conflitto; ma già nel maggio 1945 entrò in funzione un nuovo trasmettitore da 100 kW che consentí alla Rai-Radioaudizioni Italia (questa la nuova denominazione assunta dalla vecchia Eiar nel dicembre di quell'anno, quando si ricostituí l'unità dell'azienda sotto la presidenza di Carlo Arturo Jemolo) di riprendere le trasmissioni in tutto il territorio nazionale attraverso due distinte reti. Nel 1948, completata l'opera di ricostruzione, entrò in funzione a Milano, presso la Torre nel Parco, anche la prima stazione sperimentale di radiodiffusione a modulazione di frequenza. Su queste basi vennero inaugurate nell'ottobre 1950 le trasmissioni del Terzo Programma a prevalente impronta culturale, diffuse attraverso la nuova rete di stazioni a modulazione di frequenza piú tre trasmettitori a onda corta. Per il resto venne confermata la natura pubblica del servizio radiofonico e, di conseguenza, anche il regime di monopolio: il 26 gennaio 1952 il governo concesse infatti alla Rai (presieduta dall'agosto 1946 da Giuseppe Spataro) i servizi in esclusiva fino al 15 dicembre 1972 delle radioaudizioni circolari, oltre a quelli di televisione circolare e di telediffusione su filo. La convenzione prevedeva pure il trasferimento Iri della maggioranza assoluta delle azioni Rai, rimasta fino allora in possesso alla Sip.

Alla conferma del precedente assetto istituzionale e al cambiamento della struttura proprietaria seguí un vasto programma di perfezionamento degli impianti esistenti e di costruzione di nuove attrezzature. Ma l'iniziativa piú importante fu senz'altro la realizzazione nell'aprile 1952 del Centro di produzione di corso Sempione a Milano, dotato di 23 auditori radiofonici e di due studi televisivi e un trasmettitore televisivo. Fu cosí possibile inaugurare, in occasione della Fiera Campionaria, le prime trasmissioni televisive sperimentali e un primo collegamento televisivo con fonti a microonde tra Milano e Torino. L'anno dopo fu la volta di Roma dove vennero attivati il trasmettitore televisivo di Monte Mario e lo studio televisivo di via Asiago.

Dalla metà degli anni '50 si aprí pertanto un capitolo nuovo nella storia del settore. In verità, già alla vigilia della guerra il fenomeno televisivo aveva cominciato ad assumere una certa consistenza anche nel nostro paese, a giudicare almeno dai progressi compiuti dalla sperimentazione industriale per iniziativa soprattutto della Safar (che fin dalla metà degli anni '30 aveva realizzato un impianto completo di trasmissione e ricezione con tubi a raggi catodici) e della Magneti Marelli (che nel 1939 s'era aggiudicata l'appalto degli esperimenti effettuati a Milano dal trasmettitore installato alla Torre del Parco). Ma poi la guerra e le difficoltà economiche del periodo post-bellico avevano decretato la sospensione di ogni attività, compresa quella sperimentale. Soltanto nel gennaio 1954 venne inaugurato il primo servizio regolare di televisione in Italia: le trasmissioni furono irradiate attraverso una rete VHF costituita dai trasmettitori di Torino-Eremo, Milano-Monte Penice, Portofino, Monte Serra, Monte Pellia, Roma-Monte Mario. Il successivo 11 aprile, con deliberazione dell'assemblea straordinaria degli azionisti, la Società assunse la denominazione Rai-Radiotelevisione Italiana.

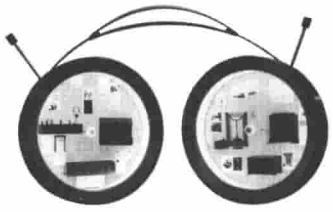
Da quel momento lo sviluppo della radio procedette di pari passo con quello della televisione, finché nel corso degli anni '60 le due sezioni cominciarono a percorrere itinerari diversi. Alla fine del 1955 la radio annoverava quasi 17 milioni di ascoltatori abituali in casa propria, 3 milioni in casa altrui, e 2 milioni in locali pubblici. Le punte massime di ascolto si registravano alle ore 13 (con 10,5 milioni) e tra le 20 e le 21 (con 11 milioni); la durata media giornaliera dell'ascolto individuale, tra i possessori di radio, era pari a 3 ore e tre quarti nei giorni feriali e a 4 ore circa nei festivi. Quanto alla televisione, essa era seguita abitualmente da 400.000 persone in casa propria, da 800.000 in casa altrui, e da 3 milioni in locali pubblici. Negli anni successivi la televisione guadagnò sempre piú terreno fino a imporsi come il principale mezzo di comunicazione di massa, allo stesso modo in cui stava avvenendo in altri paesi.

La Radio continuò tuttavia a mantenere elevati indici d'ascolto per gran parte della giornata (specialmente nelle ore del mattino e del primo pomeriggio), grazie anche alla continua differenziazione dei programmi e allo sviluppo delle trasmissioni in radiostereofonia. Pure la diffusione dei piccoli apparecchi portatili e dell'autoradio, a prezzi sempre piú ridotti e con congegni sempre piú perfezionati, contribuí al rilancio delle audizioni radiofoniche. A questo fine venne varata nel 1966-67 una riforma della programmazione radiofonica, rivolta a rendere la radio un mezzo di svago e d'informazione piú adeguato – sia nello stile che nei contenuti – alle diverse abitudini di ascolto e alla mutata composizione del pubblico. Per raggiungere una maggiore stabilità nella collocazione oraria dei vari generi di trasmissione lungo l'arco della settimana, vennero snellite le trasmissioni culturali in modo da renderle piú brevi, piú numerose e legate a fatti e problemi di attualità; si dedicò inoltre una maggiore attenzione ai problemi della divulgazione musicale, mentre nel settore informativo vennero aumentate le edizioni quotidiane del "Giornale Radio" e le rubriche di cronaca che continuavano ad essere in cima alle preferenze del pubblico.

Le vicende seguite alla scadenza della concessione ventennale alla Rai dei servizi radiotelevisi, avvenuta nel dicembre 1972, sono troppo note perché sia qui il caso di ricordarle. Va detto in ogni caso che la radio, data per spacciata o quasi di fronte agli impetuosi sviluppi della televisione, è riuscita invece a reggere la concorrenza del "piccolo schermo", aggiornando i suoi servizi, ampliando l'area dell'informazione (specie con i "Giornale-Radio" del mattino), e realizzando alcune fortunate rubriche di intrattenimento o di dialogo diretto con gli ascoltatori. D'altra parte la comparsa sulla scena – dopo la sentenza del 1976 della Corte Costituzionale che annullava o ridimensionava di fatto il monopolio della Rai – delle cosiddette "radio libere", private o locali, costituisce un'ulteriore conferma dell'importanza che il mezzo radiofonico continua ad avere nell'ambito della vita quotidiana e nel panorama culturale del nostro paese.

Il primo presidente dell'Uri, il torinese Enrico Marchesi, già direttore generale della Fiat. Sarebbe poi divenuto presidente dell'Eiar e dell'Ente Radiorurale, cariche che conservò fino alla morte.

G. Vallauri, succeduto a Marchesi nella presidenza dell'Eiar (1934). Vallauri, oltre che direttore del Politecnico di Torino, fu fondatore e direttore dell'Istituto Elettrotecnico Nazionale Galileo Ferraris e presidente della Società Idroelettrica Piemontese (Sip), azionista di maggioranza dell'Eiar.



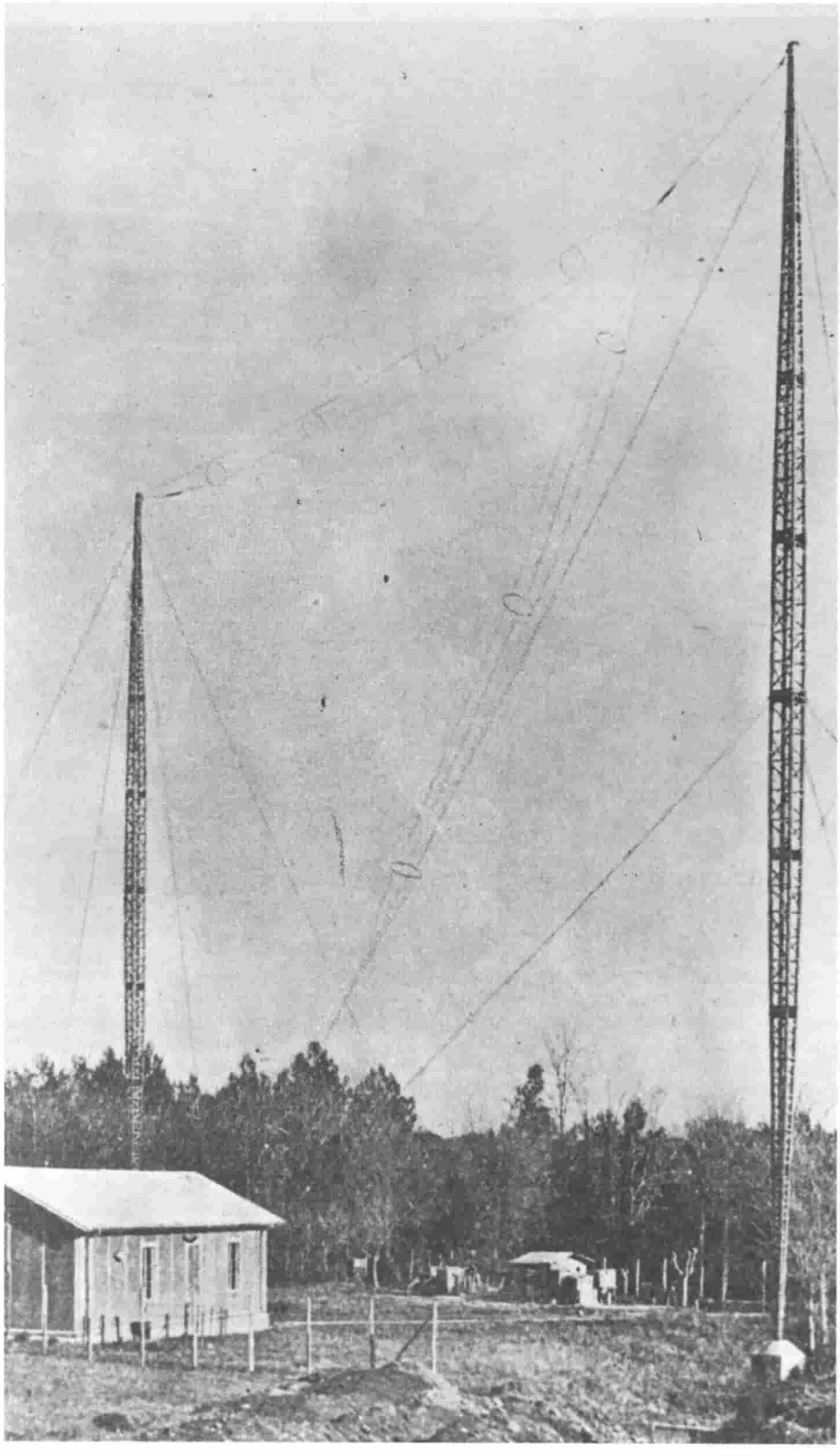
ALBERTO MONTICONE
ALL'OMBRA DEL POTERE POLITICO

Una rapida sintesi, che attraversi cronologicamente governi, indirizzi e regimi diversi, può documentare nel mutare delle situazioni, e pertanto nel variare dell'equilibrio tra le due componenti, la persistenza storica della duplice incidenza politica della radiofonia nel nostro come in altri paesi.
Il governo fascista, appena uscito dagli strascichi polemici dell'assassinio di Matteotti e tutto rivolto ad impadronirsi della grande stampa di opinione e al silenzio delle voci dissenzienti, non avvertí la potenziale importanza del nuovo mezzo, al momento del suo decollo, e non si preoccupò di intervenire attivamente nella sua utilizzazione. La legislazione restrittiva della libertà emanata nel corso del 1925, insieme con tutta la svolta autoritaria del governo di Mussolini, tolse alla radio quella atmosfera di originale e libero contatto, che, parte essenziale della sua vita, era premessa indispensabile per un giornalismo parlato, attento ai problemi ed alle realtà della società.
Non si può tuttavia sottovalutare una circolazione, secondaria e indiretta, di argomenti e di idee politiche, riconducibili al patriottismo, di recente ravvivato dalla propaganda della prima guerra mondiale, ed alla oleografia nazionale, già diffusa nella cultura dell'aristocrazia intellettuale e della borghesia umanistica italiana. La celebrazione anche indiretta dei fasti della patria, della cultura italiana, della romanità apriva qualche spiraglio nelle trasmissioni dell'Uri a quel nazionalismo, che proprio in quegli anni il fascismo assorbiva a supporto della sua gracile ideologia. Si trattò di poca cosa, per orecchie già propense a riconoscersi in quella cultura o per i piú fortunati figli di famiglie che per ben altre vie già convogliavano le nuove generazioni secondo quella matrice ideale.
Neppure le trasformazioni strutturali ed organizzative poste in atto con la nascita dell'Eiar nel 1928 modificarono subito la condizione di parallelismo fra attività radiofonica e vita politica: certo venne superata la natura privatistica dell'Uri ed una serie di controlli ed interventi statali gettò piú di un ponte – per quanto a senso unico – fra i due ambiti, ma la radio italiana non partecipò alla pari delle consorelle europee e statunitensi al massiccio intervento in politica in corso in quegli anni.
Soltanto a fronte dell'apporto decisivo dello strumento radiofonico nelle variamente tormentate vicende della crisi economica americana dopo il '29, del convulso tramonto della repubblica di Weimar e dell'animato dibattito partitico in Inghilterra, il regime fascista rivolse decisamente la propria attenzione alla radio. Il suo intervento fu però anche e soprattutto causato dagli sviluppi interni all'Italia, ove l'organizzazione delle strutture di controllo e la stabilità del potere avevano simbolicamente concluso la fase apertasi nel '25 con il plebiscito votato nella primavera del 1929 e dove un sistema culturale, pedagogico, giuridico, partitico ed economico era monopolizzato saldamente dal fascismo al governo.
Intorno al 1930, come viene promosso un giornalismo fascista quale mezzo essenziale per indottrinare gli italiani e formare alle idee del regime le nuove generazioni, dopo aver allontanato gli avversari ed inquadrato il paese nelle strutture fasciste, cosí viene promosso nell'Eiar un giornalismo destinato a collaborare con quello scritto nella funzione di pedagogia nazionale. Nonostante qualche spunto originale e tecnicamente interessante proposto all'interno dell'Ente, la nascita del "Giornale Radio" e delle note politiche ad esso connesse subordinò l'informazione agli interessi dell'autorità politica, anzi agli orientamenti della burocrazia di regime, secondo una ottica di fascistizzazione popolare.
La politica mussoliniana fra 1930 e 1935 intendeva operare all'estero per accreditare l'immagine di un'Italia rinnovata, forte, all'avanguardia del progresso, all'interno per educare gli italiani secondo un prefissato modello di pensiero e di comportamento. Si può dire che due furono i campi di prova di questi intendimenti: la scuola e l'Eiar.
Scoperta la radio, il regime la occupò e per mezzo di essa cercò di occupare gli spazi culturali e vitali della popolazione. Una sezione importante della programmazione radiofonica fu appunto quella politica, incentrata sui notiziari e su abili note interpretative degli avvenimenti: le "cronache del regime" a partire dal 1933, piú tardi trasmesse come "commenti ai fatti del giorno". Questi due tipi di trasmissioni, il giornale radio e il commento, furono per dieci anni la voce ufficiale del potere politico, alla quale la pur presente mediazione professionale non poteva apportare sensibili variazioni. Ma anche la restante programmazione fu indirizzata a fare da supporto o complemento a questo asse portante dell'intervento politico: le trasmissioni cul-

turali ed artistiche, le lezioni destinate alla scuola, le istruzioni per i contadini e la cronaca in presa diretta della vita del paese.
Segno esterno di questa capillare penetrazione politica furono da una parte le installazioni di potenti emittenti per i programmi rivolti all'estero, dall'altra l'ideazione di un apparecchio ricevente popolare da far collocare nelle piú recondite località e negli ambienti economicamente meno dotati. Nell'una e nell'altra direzione la politica fascista per il tramite dell'Eiar si ordinava simbolicamente intorno alla parola ed alla voce del duce, che sempre piú frequentemente veniva portata dentro le case degli italiani. A differenza dei discorsi di Roosevelt, idealmente presentati come conversazioni persuasive davanti al caminetto, quelli di Mussolini ebbero intento didatticodeclamatorio e carattere celebrativo: intorno ad essi venne creata una atmosfera di adunata attenta e obbediente, tecnicamente sorretta da un sapiente uso della radiocronaca.
A metà degli anni '30 la politica non solo è largamente presente nella produzione Eiar, ma è fatta direttamente dai microfoni, persino a livello internazionale: questo è il caso delle guerre d'Etiopia e di Spagna, durante le quali il governo fascista adoperò alcune trasmissioni per ottenere determinate reazioni politiche presso i neutrali, specie nel mondo arabo, o addirittura presso i nemici. Comunque l'intero intervento del regime nella radio si tradusse in propaganda, non a caso adottando rapidamente iniziative e metodi che l'accorta organizzazione nazista stava introducendo nella radio tedesca agli ordini di Goebbels: scavalcato in attivismo dal regime hitleriano il fascismo si pose fra '37 e '38 ad imitarne i progetti. Il ministero della cultura popolare, sviluppo di quello della stampa e propaganda, fu la centrale operativa della direzione politica dell'Eiar: dalle sue articolate strutture uscirono non soltanto gli ordini all'Ente radiofonico ma anche i testi di interi programmi, nonché i personaggi destinati a realizzarli dinanzi ai microfoni. Mentre lo sviluppo tecnologico del settore ed il cresciuto interesse degli ascoltatori faceva finalmente diffondere la radiofonia in maniera capillare in Italia, negli anni fra il 1936 e il 1939 la politicizzazione dello strumento toccò il suo culmine nell'accompagnare la rapida militarizzazione del paese: notizie, commenti, e addirittura educazione militare indicavano con chiarezza un disegno politico di mobilitazione psicologica, al seguito dei miti imperiali e dei sogni di grandezza.
L'Eiar in quel momento conobbe una felice stagione artistica ed un notevole livello professionale, ma il predominio degli intenti propagandistici fu tale da rendere funzionali alla politica di regime anche i programmi di evasione. Un sapiente dosaggio di divertimento, di sport, di canzone all'italiana fu consentito dai vigili censori quale possibile valvola di sfogo delle emozioni e dei sentimenti dell'opinione pubblica mentre ci si avviava all'avventura bellica con l'alleato nazista. In realtà la radio italiana nel 1939 era già in uniforme e, pur fra intermezzi piú sereni, irreggimentava idealmente le schiere degli ascoltatori, ognuno al proprio posto come in una mobilitazione generale. Dalla dichiarazione dell'intervento italiano il 10 giugno 1940 al 25 luglio 1943 il fascismo governò il paese in guerra soprattutto per mezzo della radio. Il fenomeno fu generale fra i belligeranti anche nelle nazioni democratiche: in Italia comunque esso fu assai rilevante per la stessa natura della politica mussoliniana e fascista, adusa alla retorica, ai miti presentati quali verità, all'uso della propaganda nella gestione della vita nazionale. Le fasi della guerra trovavano riscontro puntuale nelle fasi e nella tipologia delle trasmissioni: dalla sicurezza e dallo slancio del primo anno, all'invito alla resistenza ed alla paziente sopportazione fra '41 e '42, alla "guerra delle onde" con le propagande nemiche, all'incitamento "fascistissimo" della primavera 1943. Erano le fasi del regime nel conflitto, ma dentro quel governo radiofonico della guerra si andava profilando un protagonista sino ad allora troppo trascurato e dominato: l'ascoltatore comune, che appunto la gestione bellica delle trasmissioni andava ad interpellare sul piano esistenziale.
Si dovranno compiere ricerche puntuali, ma già si intravede quanto quel tipo di politica radiofonica – per lo piú infarcita di un soliloquio lontano della gente – provocò una mobilitazione di distacco e di dissenso nello spirito pubblico italiano, premessa e preannuncio di una fattiva e globale resistenza. Dal 25 luglio alla liberazione anche la radio partecipò alla lotta in corso, da una parte nel disperato tentativo di accreditare la repubblica di Salò come esito popolare del fascismo – e cosí di rimediare alla frattura anche via radio fra regime e popolo –, dall'altra come strumento di libertà e di apertura di voce alle forze vere del nostro Paese. Le emittenti clandestine e quelle dell'Italia del Sud furono partecipi di un inespresso ma convergente disegno politico, quello di scacciare insieme con l'oppressione nazifascista la pretesa del potere di dominare le coscienze con uno strumento quale la radio che è per sua natura collocato nella sfera del dialogo e della libertà.
Dopo il 1945 la necessità della ricostruzione degli impianti e della riorganizzazione dei servizi non impedí alla radio italiana di affrontare subito il nuovo rapporto con la politica. Attraverso il vasto dibattito intorno al compito pubblico dell'ente si andava definendo storicamente una rilevante novità: il carattere di servizio alla comunità quale fine essenziale di una istituzione che nel ventennio fascista era divenuta strumento del regime. Il passaggio dalle esperienze delle radio libere alla struttura pubblica del dopoguerra fu attraversato da difficoltà analoghe a quelle degli altri settori della vita nazionale, in presenza di elementi di netta frattura con il passato e di fattori di continuità con acquisizioni professionali e tecniche. Il libero confronto politico entrò nella vicenda della nuova Rai, naturalmente condizionato dagli schieramenti delle forze politiche nel paese e nel governo fra '45 e '48: non soltanto la programmazione, ma anche il personale dell'ente – ora piú responsabilizzato e protagonista – divenne punto di attenzione e di confronto dei partiti e della classe politica.
L'opera di riordinamento tecnico e l'interesse dei gruppi politici alla Rai non impedirono un rilevante contributo della radio al consolidamento della repubblica: da una parte le trasmissioni politiche, culturali e di cronaca parlamentare portarono a livello di opinione pubblica i grandi temi della vita nazionale confluiti nella carta costituzionale, dapprima nella fase preparatoria e poi nel commento operativo; dall'altra il dibattito fra le ideologie ed i gruppi, recepito pur con qualche limite nelle trasmissioni, aiutò il paese a porre in essere una esperienza di democrazia, sinora inedita ai microfoni italiani. In altri termini anche la radio lavorò al comune sforzo di dare all'Italia un progetto di società politica ed una prassi di democrazia.
Il rapporto con la politica, sino al 1954, ossia sino alla introduzione della televisione, passò anche attraverso altri canali dell'attività della Rai, in particolare con le trasmissioni che in varia maniera interpellavano gli ascoltatori e con le iniziative di solidarietà. Con le prime la radiofonia italiana si allineava ad altre realtà estere che da molto tempo vedevano grazie ai microfoni stabilirsi una relazione non a senso unico con il pubblico e il delinearsi di una partecipazione sociale; con le seconde – "catena di fraternità" in occasione di calamità ed emergenze, inchieste e circolarità di rapporti – la Rai interveniva nel politico in funzione di stimolo e di aiuto alla spontanea cooperazione delle forze sensibili ai problemi sociali.

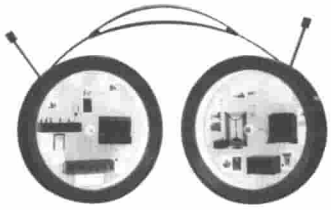
La novità del video rappresentò, sia pure lungo l'arco di alcuni anni, una autentica rivoluzione nella comunicazione sociale e si ripercosse fortemente anche sulla influenza politica della radio. La natura inizialmente piú spettacolare della televisione consentí alle onde radiofoniche di essere – sino alla fine degli anni '50 – ancora protagoniste per le tematiche culturali e politiche: si può osservare anzi che nei programmi della Rai argomenti storici, letterari, artistici e non pochi dibattiti politici videro allora una notevole partecipazione dei maggiori esponenti di quelle aree. Indubbiamente tuttavia l'altra forma di opera politica, quella indiretta e tramite gli aspetti piú usuali della vita, si trasferí nella produzione televisiva.

Gli anni '60 non rappresentarono cosí soltanto un momento di generale revisione culturale e politica, ma furono per questo e per convergenti motivi tecnici il punto piú critico e piú debole del rapporto fra radio e politica nel nostro paese. Sembrava necessario un globale ripensamento, di tipo culturale, delle prospettive e degli indirizzi della radiofonia, ripensamento che la riforma della Rai e la concorrenza delle emittenti private hanno in parte favorito ma non compiutamente avviato. Gli anni piú vicini a noi ripropongono cosí con evidenza i problemi di un esercizio di libertà nel rispetto delle vere potenzialità del mezzo radiofonico e degli interessi generali della collettività; la storiografia sulla radio per questo periodo dovrà cimentarsi con una piú ampia gamma di fonti, ma soprattutto col problema di una attenta valutazione dell'irrompere di infiniti protagonisti ai microfoni: nuova soggettività politica o illusione di libertà nel rifiuto di ogni mediazione?



Roma (stazione S. Filippo): la prima stazione trasmittente dell'Uri.

Folla in ascolto presso un altoparlante, il 23 marzo 1924, a Roma. Si attende la trasmissione in diretta (la prima) di un discorso di Mussolini al teatro Costanzi. Un disturbo tecnico impedirà l'emissione.



GUIDO CRAINZ

DAGLI ALLEATI ALLA DEMOCRAZIA: IL PRIMO DIBATTITO POLITICO

La storia dell'Eiar termina di fatto l'8 settembre 1943: in quelle ore decisive che seguono immediatamente l'annuncio dell'armistizio e che precedono l'occupazione nazista della maggior parte del paese la radio è incapace, ancor piú dei giornali, di dare informazione e orientamento. In quei momenti cruciali, come ha osservato Enzo Forcella, «la programmatica assenza di informazioni e la estrema genericità di quelle mandate in onda, unitamente alla sostituzione dei consueti programmi con colonne sonore abborracciate e casuali, hanno prodotto un "effetto black-out" altrettanto angoscioso e destabilizzante del silenzio assoluto».([1])

L'emittente radiofonica ha poi nella repubblica di Salò una sopravvivenza priva di storia e credibilità, mentre è certamente diversa la vicenda delle stazioni radiofoniche nell'Italia occupata dagli angloamericani (Radio Bari e Radio Napoli soprattutto).([2])

Il controllo politico delle forze alleate ha ovviamente un ruolo rilevante (anche se non mancano aperture ed eccezioni),([3]) il momento della propaganda permea piú di un programma, a queste radio affluiscono anche ex collaboratori dell'Eiar e inoltre un condizionamento nettamente conservatore è dato dall'ufficio stampa di Badoglio: indubbiamente però nelle radio del "regno del Sud" sono presenti molte voci, vi è un "disordine" potenzialmente ricco e non mancano spunti innovativi.

Ove si ponga mente alla cupezza, al provincialismo, alle rigide gerarchie della vecchia Eiar si dovrà ammettere che – nonostante i condizionamenti e il riemergere di voci "antiche" – nella breve esperienza delle radio controllate dagli alleati vi sono stimoli che avrebbero potuto avere piú ampi sviluppi: basti pensare al decentramento stesso che caratterizza quella fase, a quell'"autogestione" di alcune parti dei programmi che è di per sé elemento di propaganda del sistema americano, all'impatto con una cultura radiofonica prima sconosciuta e, anche, al coinvolgimento di forze nuove che in questa fase indubbiamente si ha.([4])

Questo quadro non omogeneo, aperto a diversi sviluppi, viene in realtà modificato dal modo stesso in cui gli alleati restituiscono progressivamente all'Italia il controllo della radio, ed è una vicenda ovviamente inserita in un piú generale contesto.([5]) Fin dall'inizio, com'è noto, il programma americano di democratizzazione del vecchio stato fascista aveva trovato corposi limiti sia nella necessità (o nella scelta) di utilizzare comunque quel che restava dei vecchi apparati sia nelle pressioni delle forze politiche italiane piú conservatrici. Progressivamente, anche quel generico programma di democratizzazione tende a diventare pura enunciazione verbale, mentre cresce la preoccupazione di emarginare le forze di sinistra. L'"autonomia" progressivamente concessa al governo italiano a partire dalla seconda metà del '44 si coniuga con l'avallo dato alle forze moderate e alle vecchie strutture, e con l'abbandono dei programmi piú radicali di defascistizzazione.([6])

Questo clima, questo processo ha alla radio (che assume denominazione di Rai nell'ottobre del '44) conseguenze e riscontri specifici. Man mano che il fronte si sposta verso il nord, gli alleati riconsegnano le sedi regionali della radio ai vecchi funzionari, mentre si allontanano (o vengono allontanati) molti di quei giovani che l'iniziativa alleata aveva inizialmente – e forse inconsapevolmente – favorito: ovviamente la sede centrale di Roma, ove è maggiore il peso dei vecchi apparati, è il luogo-cardine di questo processo.([7])

Come si capisce, è un momento centrale ed è legittimo chiedersi che dibattito, che riflessione vi sia su questi temi all'interno delle nascenti forze politiche.

Un primo elemento va qui almeno indicato, perché è un elemento che dal dibattito pubblico non sembra affrontato: il riemergere dei vecchi apparati dell'Eiar e quel processo di accentramento che si svilupperà di lí a poco e che toglierà spazio all'iniziativa delle emittenti piú vitali durante il "regno del sud" contribuiscono a limitare quella riflessione sulla cultura radiofonica che poteva trovare spunti proprio dall'impatto con l'esperienza anglo-americana. Il riemergere di prassi codificate, la messa in mora di un'improvvisazione che trovava punti di riferimento prima sconosciuti costituiscono indubbiamente una perdita secca, le cui conseguenze non sono state ancora valutate interamente.

Tutto ciò si intreccia con altri aspetti e su essi soprattutto ci soffermeremo qui: in particolare, l'accantonamento di un dibattito e di una riflessione seria e problematica sulla natura, sulle caratteristiche possibili dell'informazione radiofonica. Piú in ge-

nerale, di una riflessione sul complesso rapporto fra informazione e potere.
I nodi connessi a questa questione emergono con forza in una vicenda particolare che si colloca agli inizi del 1945, cioè in quel delicatissimo momento in cui gli alleati restituiscono all'Italia il controllo dei servizi giornalistici della radio. Non erano mancate già in precedenza polemiche e preoccupazioni sulla gestione dell'ente radiofonico, alimentate anche dal fatto che il commissario della Rai, Luigi Rusca, appartiene al partito piú conservatore del Cln, il Partito Liberale,([8]), ma esse diventano piú frequenti man mano che si avvicina il momento del "passaggio di consegne" fra alleati e governo italiano: si aggiunga che questo è, concretamente, il secondo governo Bonomi (dicembre '44/giugno '45), di cui non fanno parte né il partito socialista né il partito d'azione.([9])
Lo scontro fra posizioni diverse viene piú esplicitamente alla luce nel marzo del 1945. A provocarlo non sono delle nomine, ma delle dimissioni: si tratta delle dimissioni del primo direttore italiano del giornale radio, ed avvengono su un tema di estrema rilevanza.
Il direttore è Corrado Alvaro, un intellettuale prestigioso e senza tessera di partito. Dopo circa un mese Alvaro è costretto a dimettersi e nella lettera al commissario della Rai, Luigi Rusca, scrive:

«Caro Commissario, tu mi avevi invitato a dirigere un giornale radio indipendente, libero di informare il pubblico democraticamente, e che soltanto nei grandi problemi di interesse nazionale non agisse in contrasto col governo. Ho dovuto affrontare, nei pochi giorni del mio lavoro inopportuni interventi che miravano a limitare o annullare proprio questa libertà di informazione. In ultimo poi tu e uno dei nostri principali collaboratori vi siete impegnati a che io ricevessi ogni sabato dall'Ufficio Stampa della Presidenza del Consiglio indirizzi e suggerimenti di massima. Il nostro collaboratore da tempo sostiene la necessità di *una radio priva di sue fonti di informazione autonome, e limitate a quelle ufficiose e ufficiali*, e ha posto la scelta fra lui, che gode la fiducia del Presidente del Consiglio, e me, che ho solo le mie convinzioni in fatto di radio: cioè libere. Su di esse non posso transigere e perciò rinuncio all'incarico [...]».([10])

cerà interventi specifici del commissario della Rai (Luigi Rusca), del capo ufficio stampa della Presidenza del Consiglio (Armando Rossini) e di alcuni ministri e sottosegretari, volti a evitare la divulgazione di notizie scomode per le forze moderate, a sottolineare il carattere "governativo" della Rai, a togliere spazio ai giornalisti di sinistra. Il problema posto da Alvaro ha però soprattutto carattere generale: deve la radio avere fonti di informazione autonome, o deve invece dipendere da quelle ufficiali o ufficiose?
La nettezza con cui Alvaro difende la prima tesi non è astratta, ma a mio avviso essa nasce da una esperienza viva compiuta pochi mesi prima. Nelle ore drammatiche immediatamente successive all'8 settembre l'Alvaro che dirige "Il Popolo di Roma", che ne ha fatto il giornale romano piú avanzato dei "45 giorni" badogliani ma che ancora crede nella priorità delle fonti ufficiali, è costretto a registrare con angoscia il fallimento di esse: giunge per questa via a cogliere l'essenza di una falsificazione. È un'esperienza vissuta drammaticamente, di cui resta traccia anche nei suoi appunti di diario, e non è priva di conseguenze.([12])
Le dimissioni di Alvaro sono un sasso nello stagno. È difficile dire quanti colgano appieno il suo messaggio. Certo è che i giornalisti della Rai si schierano subito con lui e votano un ordine del giorno in cui gli «esprimono la piena solidarietà» e difendono i principi da lui sostenuti, cioè «la necessità di una radio indipendente». Successivamente gli stessi giornalisti impediscono di fatto che a sostituire Alvaro sia proprio Paolo Treves, che sosteneva le tesi opposte, e il tema dell'indipendenza del giornale radio è al centro di uno sciopero che si svolge di lí a poco alla Rai e che riguarda anche la nomina del consiglio d'amministrazione (per capirne l'importanza, si tenga conto che si svolge il 29 marzo 1945, quando la guerra è ancora in corso).
L'unico organo di partito che si schiera con Alvaro è "L'Italia libera", il giornale del Partito d'azione, che scrive:

«Si fronteggiano due posizioni: l'una concepisce la radio come funzione di governo ("ufficiosa"), l'altra la concepisce come funzione pubblica che va al di là dell'interesse del governo e dei suoi organi responsabili. Va da sé che noi siamo per la seconda tesi».

E ancora:

«Una radio governativa sarà, in aggiunta ai prefetti e agli organi del potere centralizzato, strumento politico. E naturalmente sarà anche cattiva e inefficiente... Va da sé che anche i sostenitori della radio ufficiosa non sostengono questa tesi in una forma cruda e spiccata. Essi sono favorevoli a "contatti", ad "accomodamenti", a togliere la responsabilità al direttore, che è noto e che può sempre, ove sbagli, essere sostituito, e a mettere al suo posto le istruzioni degli uffici, le influenze irresponsabili. In altre parole, essendo la radio pubblicamente strumento di informazione, essa sarà ufficiosa in forma occulta, tanto piú pericolosa e avvilente».

Si conclude, con un'osservazione generale:

«La continuità dello stato, slogan moderato, sta trasformandosi nettamente in campagna per la continuità dello stato fascista. E questo è il fatto oltremodo grave, aldilà delle persone, che si è rivelato nella gestione e nella direzione della radio italiana».

Un altro giornale che, partendo dalla difesa di Alvaro, giunge a riflessioni piú generali è "Epoca", il quotidiano romano che ha come direttore Leonida Répaci e come redattore capo Giacomo De Benedetti. Dopo vari articoli sull'argomento il giornale cosí conclude:

«Ci si lasci sognare ad occhi aperti. Ci si lasci sognare il giorno in cui potremo permetterci il lusso di rompere il piú odioso dei monopoli del mondo, di avere due, tre, dieci, cento radio, alla barba di tutti i detentori e depositari di verità intoccabili!».

Gli spunti non mancano, come si vede, e si aggiunga che anche un documento firmato da intellettuali di diversa collocazione (liberali, socialisti e azionisti: Guido Calogero, Umberto Calosso, Aldo Garosci, Panfilo Gentile, Ignazio Silone, Lionello Venturi) insiste sull'importanza del pluralismo all'interno della Rai, sulla necessità che negli organi direttivi vi siano uomini realmente indipendenti e sulla "personalizzazione" dei giornalisti e dei collaboratori (antidoto a un'informazione radiofonica "ufficiale" e anodina).
Sono voci che restano isolate. Ad esse si contrappongono non solo pronunciamenti espliciti ma anche, e soprattutto, un concreto agire politico. Iniziamo dai pronunciamenti espliciti. Gli organi piú moderati sono molto decisi nel condannare sia Alvaro che le posizioni assunte dai giornalisti della Rai: in particolare la loro richiesta di poter influire sugli orientamenti dell'informazione radiofonica. Il "Risorgimento liberale", organo del PLI, scrive:

«A chi spetta oggi la direzione politica della radio? A un soviet di redattori che scelgano

loro i direttori e manifestano fiducia o sfiducia, secondo le proprie convenienze?».

Ovviamente no, secondo l'organo liberale: il garante dell'«imparzialità, fondatezza, scrupolosità nell'indirizzo politico» può essere solo «lo stato, rappresentato da un governo di cui fanno parte i quattro piú grandi partiti politici» (del secondo governo Bonomi non fanno parte due partiti del Cln, il Partito socialista e il Partito d'azione).
Va detto subito che lo schieramento di sinistra non sembra cogliere la dimensione dei problemi che sono sul tappeto: al grande imbarazzo dell'"Avanti", che evita di prendere posizione sulla questione di fondo, e si limita a difendere sul piano personale Treves (socialista), si aggiunge una posizione dell'"Unità" che lascia francamente perplessi. "L'Unità" parte dalla sottolineatura dell'emergenza della guerra ma giunge poi ad affermazioni generali, che non lasciano spazio ad una riflessione piú attenta. Un lungo corsivo non firmato afferma in modo perentorio:

«C'è in Italia una sola radio, la quale è necessariamente controllata e sovvenzionata dallo stato, vale a dire concretamente dal governo, dal governo democratico. La sola cosa che si debba esigere dalla radio è quella di essere conforme alla linea generale politica del governo, di essere cioè una radio democratica».

Priva di fondamento, dunque, la posizione di Alvaro: "L'Unità" gli concede solo, con una punta di paternalismo, di protestare contro specifiche ingerenze reazionarie o di chiedere che il controllo sia effettuato non solo dai quattro partiti al governo ma da tutti i sei partiti del Cln (e sembra davvero che questa posizione raccolga interamente tutti i dubbi e i problemi che il dibattito ha fatto emergere).
"Il Popolo" non commenta in modo particolare la vicenda. Il partito cattolico fa interamente propria, come si vedrà, la tesi del controllo governativo, ma in questo momento il suo quotidiano non interviene in modo specifico: si può in qualche modo desumere, in base alle vicende successive, che la Democrazia Cristiana – che non ha propri rappresentanti nei principali centri di di-

Voci della radio in guerra: Mario Appelius.

rezione della Rai – attenda il modificarsi dei rapporti di forza fra i partiti.
In questo quadro, non può stupire né l'esito immediato di questo scontro né la sua parziale provvisorietà. Di lí a poco, infatti, amministratore delegato della Rai, e poi responsabile dei servizi giornalistici, è nominato proprio il portavoce ufficiale del governo Bonomi, Armando Rossini. Qui davvero le persone non contano: contano piuttosto i simboli. L'"Avanti" intitola, con un polemico riferimento a Rossini: *Da portavoce ad altoparlante*, ma la sinistra non sembra avvedersi d'aver essa stessa contribuito a questo sbocco.
Come s'è detto, è uno sbocco provvisorio: progressivamente cresce il peso e l'iniziativa del partito cattolico (Mario Scelba è ministro delle Poste e Telecomunicazioni nel governo Parri e nei primi due governi De Gasperi), e un primo punto d'approdo si ha dopo le elezioni del 2 giugno 1946, quando a dirigere la Rai è chiamato Giuseppe Spataro. È una direzione che si coniuga con il rafforzarsi della maggior parte dei vecchi quadri dell'Eiar e con un accentramento solo apparentemente motivato da ragioni di efficienza.([13])
Non è compito di questo contributo ripercorrere quella fase, segnata anche dal clima della guerra fredda. Importava qui soltanto indicare le tappe di un dibattito, illuminante proprio per i nodi di fondo che in esso vennero di fatto elusi (nonostante gli importanti stimoli che pure erano venuti). A quarant'anni di distanza, non è certo che quei nodi siano stati poi adeguatamente affrontati.

Note

([1]) cfr. ENZO FORCELLA, *L'arte della fuga. Il black-out dell'informazione nella crisi italiana dell'8 settembre 1943*, in "Movimento Operaio e Socialista", 1983 n. 3.

([2]) cfr. FRANCO MONTELEONE, *Storia della Rai dagli Alleati alla Dc 1944/1954*, Bari, Laterza, 1979.

([3]) Tipico il caso di Jan Greenless, ufficiale inglese del Pwb, colto e "liberal", che permette alcune importanti aperture.
Cfr. su questo gli interventi di MICHELE CIFARELLI e di JAN GREENLESS in AA. VV., *Inghilterra e Italia nel '900*, Firenze, La Nuova Italia, 1973; LIBERO PIERANTOZZI, *Radio Bari e Radio Napoli, settembre 1943/aprile 1944*, in AA. VV., *Mezzogiorno e fascismo*, Napoli, Esi, 1978; ETTORE DE MARCO e

Voci della radio in guerra: Umberto Calosso, una delle voci italiane di Radio Londra.

Voci della radio in guerra: Andrea Marabini, L. Amadesi, Anselmo Marabini, G. Cerreti, a Mosca nei primi mesi della guerra. Nella seconda metà del 1943, Cerreti sarebbe stato redattore capo di Radio Milano Libertà, all'interno della quale Andrea Marabini curava le trasmissioni per i contadini.

LUCIA SCHINZANO, *Qui parla radio Bari*, documentario radiofonico realizzato dalla sede di Bari della Rai.

([4]) Per questi aspetti rimando alla mia comunicazione sul tema *Fra Eiar e Rai*, presentata al convegno: *Un altro dopoguerra. Roma e il sud 1943/45*, organizzato dall'Istituto romano per la storia d'Italia dal fascismo alla resistenza (Roma, 4/6 giugno 1984). Gli atti del convegno sono in corso di stampa.

([5]) Per un giudizio positivo sulle radio controllate dagli alleati e per la sottolineatura dei delicati problemi che si ponevano al momento della restituzione della radio all'Italia cfr. ad esempio "L'Italia Libera" del 24/1/1945, che riproduce anche parti di un documento dei giornalisti della Rai.

([6]) cfr. NICOLA GALLERANO, *L'influenza dell'amministrazione militare alleata sulla riorganizzazione dello stato italiano (1943/1945)*, in "Italia Contemporanea", aprile/giugno 1974.

([7]) L'impatto negativo che il nuovo clima ebbe su molti di quei giovani che avevano partecipato all'esperienza delle radio alleate è stato concordemente sottolineato dalle testimonianze che ho potuto raccogliere nel corso della preparazione del documentario radiofonico *Informazione e propaganda: tra Eiar e Rai*, realizzato nel 1984 per conto della terza rete radiofonica, con la regia di Sergio Vecchio.

([8]) cfr. gli articoli che compaiono su "L'Avanti", "L'Italia Libera" e "L'Unità" nell'ottobre del 1944. In particolare, vedi *Ancora sul problema della radio*, di GUIDO CALOGERO, che compare su "L'Italia Libera" il 7/10/1944: è qui esplicita la preoccupazione che il controllo sulla radio non sia esercitato solo dal governo.

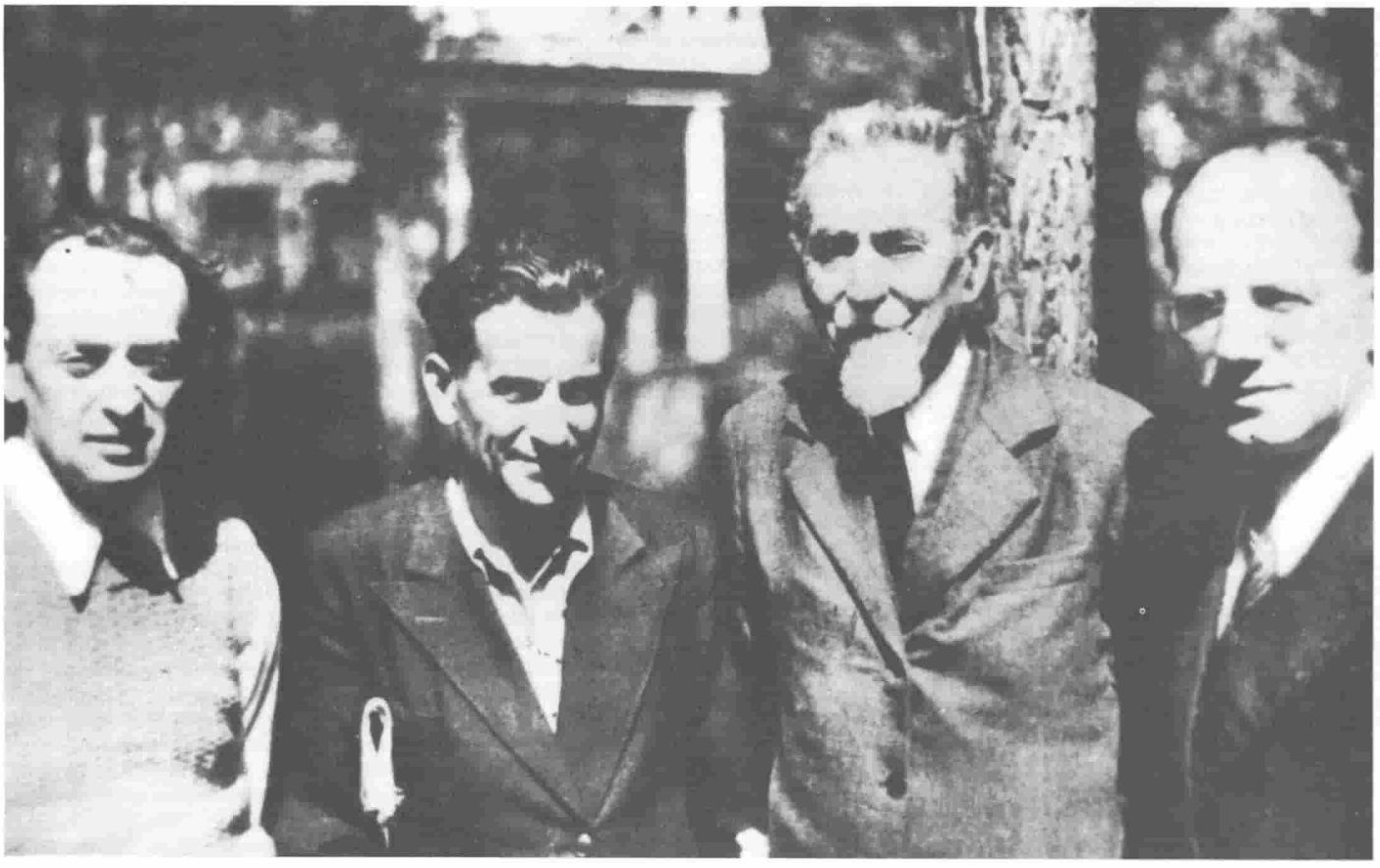
([9]) Già in questa fase all'interno della sinistra si profila una differenzazione: se ne "L'Italia Libera" è prevalente la sottolineatura delle istanze pluralistiche (cfr. il già citato articolo del 24/1/1945), su "L'Unità" l'accento è fortemente posto sulle esigenze della guerra, anche a scapito di una riflessione generale su questi temi (significativo ad es. l'articolo *Per una libera radio italiana* che compare il 27/1/1945).

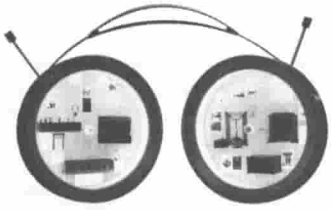
([10]) Per la ricostruzione del dibattito mi baso sugli articoli che compaiono su: «Avanti», «Epoca», «L'Italia Libera», «Il Popolo», «Risorgimento Liberale», «Il Tempo», «L'Unità».

([11]) Su questo e sull'intera vicenda cfr. ENZO FORCELLA, *Portavoce o altoparlante?*, ne "Il Messaggero", 11/3/1984.

([12]) cfr. gli editoriali *Per la verità* e *Onore ai cittadini* che compaiono su "Il Popolo di Roma" il 10 e il 12 settembre 1943.

([13]) Oltre al già citato testo di Franco Monteleone cfr. FRANCO CHIARENZA, *Il cavallo morente*, Milano, Bompiani, 1978.





ENZO FORCELLA
STORIA DELLA RADIO
STORIA DEL PAESE

Il 6 ottobre del 1924, quando da una modesta stazione di Roma vanno in onda le prime trasmissioni della Unione Radiofonica Italiana (come allora si chiamava quella che poi diventerà l'Eiar e dopo ancora la Rai), il fascismo è al potere da meno di due anni ma sta già rapidamente attrezzandosi per trasformarsi in regime.
In teoria gli italiani avrebbero potuto ascoltare in diretta il famoso discorso del 3 gennaio 1925, quello con cui Mussolini preannuncia in parlamento la sua dittatura. Ma ciò non avviene, nessuno ci pensa. Contrariamente a quel che solitamente si ritiene, passano alcuni anni prima che il fascismo si renda pienamente conto del nuovo, formidabile strumento di organizzazione del consenso che il progresso tecnologico ha messo a disposizione del potere.
Sino alla fine degli anni '20 il numero degli abbonamenti alle radiotrasmissioni (che tra l'altro costano carissimi, all'incirca quanto lo stipendio mensile medio di un impiegato) non raggiungono i 100.000, con poche ore di trasmissioni giornaliere prevalentemente riempite da registrazioni musicali e brevi notiziari.
Con una progressione costante ma lenta si arriva a toccare il mezzo milione alla metà degli anni '30 e solo nel 1939, alla vigilia dell'entrata in guerra, si arriverà al traguardo del milione di abbonati: che su una popolazione di 40 milioni di abitanti era pur sempre un traguardo modesto.
La storia della Radio italiana nei suoi primi dieci o quindici anni di vita si presenta cosí con questa paradossale caratteristica: è la storia di uno strumento di comunicazione di massa i cui messaggi hanno una circolazione di élite. Con una eccezione, che ai fini della ricostruzione della incidenza della radio nella storia del paese non è irrilevante.
Gli apparecchi privati sono pochi e la politica industriale contrariamente a quel che avviene negli stessi anni in Inghilterra, Germania, Francia, sembra studiata apposta per scoraggiarne la diffusione. Ma il fascismo provvede, in compenso, ad estendere al massimo i punti di ascolto pubblici: nelle sedi delle case del fascio e dei dopolavoro, nelle scuole, negli uffici, nelle caserme, nelle piazze.
Attraverso questi canali i messaggi della radio raggiungono fasce di ascolto molto piú estese di quelle segnalate dalle tabelle relative al numero degli abbonati. Ma quali messaggi arrivano? I discorsi del duce, le notizie del giornale radio, le inaugurazioni delle opere del regime. Insomma i messaggi di piú immediata rilevanza politica. Non arrivano, o almeno in misura assai minore, quelli da ascoltare in casa e che, approssimativamente, definiamo di carattere culturale o di svago; la radio come occupazione del tempo libero.
Il processo di socializzazione e di acculturamento (lasciando ovviamente in sospeso l'analisi del grado e qualità di questo acculturamento) che si realizza attraverso la radio, al contrario di quanto accade negli altri paesi industrializzati e di quanto avverrà anche in Italia con la televisione, risulta cosí parziale e separato. Opera sul "cittadino" lasciando intatto, o quasi, l'uomo "privato". È una ulteriore conferma dell'ambiguità della "egemonia" del fascismo sulla società italiana, quella ambiguità che rende cosí incerte e contraddittorie le ripetute discussioni sulla esistenza o meno di una "cultura fascista".
Negli anni di guerra, comunque, la diffusione degli apparecchi registra, come si è accennato, un deciso colpo di accelerazione; alla fine delle ostilità il nuovo strumento di comunicazione di massa è diventato compiutamente tale. E poiché, invece, i tassi di analfabetismo rimangono molto alti, con la diffusione dei giornali sempre molto ristretta, si può dire che almeno sino al 1954, quando iniziano le trasmissioni televisive (ma anche questa volta dovrà passare qualche anno prima che il nuovo mezzo possa sviluppare tutte le sue potenzialità) la radio rimane l'unico grande strumento di socializzazione collettiva, il principale raccordo tra centro e periferia, governanti e governati.
L'intreccio che si viene cosí a stabilire tra la storia della radio e la storia del paese è strettissimo, di importanza intuitiva. La memoria storica degli ultimi sessant'anni sarebbe di gran lunga piú povera se non potessimo ricostruirla, per l'appunto, attraverso la memoria radiofonica.
Nessun testo o testimonianza scritta, ad esempio, potrebbe aiutarci a farci una idea del particolare legame che Mussolini stabiliva con la folla se non esistessero le registrazioni dei "discorsi dal balcone" e di alcune radiocronache delle manifestazioni. Cosí come è proprio attraverso l'ascolto dei messaggi in codice trasmessi da radio

Londra, oppure di alcuni spezzoni delle prime trasmissioni di Radio Bari e Radio Napoli che possiamo ricostruire l'"aura" della resistenza durante l'occupazione tedesca o del dopoguerra nelle zone liberate.
Sono due casi limite di un periodo storicamente eccezionale. Ma la esemplificazione della radio come "fonte" per la storia dell'ultimo sessantennio si potrebbe facilmente estendere sino ai giorni nostri. Una fonte preziosa, si badi bene, non soltanto per la storia "politica" ma anche, e direi soprattutto, per quella della mentalità, del costume, della *midculture* o come altro si voglia chiamarla.
Senza miticizzare il *Zeitgeist*, lo spirito del tempo, credo che una raccolta di vecchie incisioni – dall'orchestra Segurini al Trio Lescano, dalle grandi orchestre da ballo al seguito degli americani ai primi festival di Sanremo – ci dica di piú sulla Italia degli anni '30, '40, '50 di tante pazienti ricerche d'archivio sulle fonti tradizionali.
Il problema non è quello di individuare i punti di intreccio tra la storia della radio (che a sua volta costituisce soltanto un aspetto della storia della comunicazione di massa nel suo complesso) e la storia del Paese, riconoscendo quindi dignità di "fonti" ai reperti, purtroppo tutt'altro che abbondanti, che si sono salvati dalla distruzione. Il problema, piuttosto, è di vedere quale tipo di storia emerge da queste fonti, quale immagine della società "politica" e "civile" esse ci rinviano e sino a che punto combacia nel mosaico delle altre fonti, quale è il suo grado di attendibilità.
Senza dimenticare, inoltre, che la storia delle comunicazioni di massa, proprio per le caratteristiche funzionali di questi *media*, non può essere soltanto storia dell'"emittente" ma deve in qualche modo arrivare anche a fare storia del "ricevente": vale a dire del pubblico al quale i messaggi vengono via via proposti e della maniera in cui esso li ha accettati, respinti o stravolti.
A questo punto il discorso dovrebbe diventare analitico e non può essere affrontato nello spazio di una breve nota. Vorrei però richiamare l'attenzione su un dato strutturale della radio italiana (e non soltanto di essa, la maggior parte delle emittenti europee si sono trovate nelle stesse condizioni) dalle origini sino ad anni recenti: il fatto, cioè, che nei suoi primi cinquant'anni di vita (la riforma che ne ha trasferito il controllo dall'esecutivo al legislativo è entrata in vigore, come è noto, nel 1976) la radio è rimasta strutturata come un ente statale, o piú esattamente parastatale, direttamente o indirettamente dipendente dal potere governativo.
Va da sé che anche qui, come in tutti gli altri settori della vita pubblica del paese, la fine del fascismo e il ripristino delle istituzioni democratico parlamentari rappresenta un salto di qualità che non può essere disconosciuto o sottovalutato.
Anche se, come si è detto, nella prima fase il fascismo non aveva colto l'opportunità di fare della radio un effettivo strumento della comunicazione di massa resta il fatto che sin dall'inizio, almeno nelle intenzioni, esso viene visto come uno strumento di indottrinamento e di propaganda totalitario.
Nei notiziari e nei programmi musicali, nelle trasmissioni di intrattenimento come in quelle dirette a specifiche categorie di ascoltatori l'impronta del regime si fa sentire dappertutto in maniera ossessiva. Il manipolo di giornalisti e intellettuali ingaggiati dall'Eiar realizza una pianificata acculturazione del pubblico. E l'immagine che ne risulta è pur sempre quella dell'Italia piccolo borghese, umanistica e retorica, patriottica e romana ormai canonizzata da tutte le storie e le testimonianze del ventennio.
Il ritorno alla normalità democratica determina, come si diceva, un grosso salto di qualità. Piú nei contenuti, però, che nella forma di elaborazione dei messaggi e nella "filosofia" che ispira tale elaborazione. La continuità della struttura giuridico proprietaria ha, da questo punto di vista, un peso determinante e lo si avverte subito, nell'immediato dopoguerra, nella prima discussione che, in seguito alle dimissioni del nuovo direttore dei giornali radio Corrado Alvaro, si accende tra i partiti del Cln a proposito della "filosofia" cui devono essere ispirati, per l'appunto, i rapporti tra la radio e il potere.
Alvaro si dimette perché non gli si consente – come scrive – di «dirigere un giornale radio indipendente, che soltanto nei grandi problemi di interesse nazionale non agisse in contrasto col governo». Questa concezione della radio, tranne che al partito d'azione, suona strana e inaccettabile a tutti gli altri partiti rappresentati nel Cln. E tutti, alla fine, si riconoscono nella linea enunciata dai comunisti: «C'è in Italia una sola radio, la quale è necessariamente controllata e sovvenzionata dallo Stato, vale a dire concretamente dal governo. La sola cosa che si possa e si debba esigere dalla radio è quella di essere conforme alla linea politica generale del governo».
Altri tempi, certo, e una situazione storica che non è quella dei decenni successivi. Piú tardi le posizioni delle singole parti politiche si diversificheranno sino a rovesciarsi. La stessa discussione, man mano che la tematica delle comunicazioni di massa diverrà centrale nel dibattito politico culturale, si farà assai piú articolata e complessa.
Ma per il discorso sul rapporto tra storia della radio e storia del paese nell'ultimo sessantennio quel lontano episodio del '45 rimane un punto di riferimento essenziale.
La storia della radio non può non essere affrontata, almeno come primo approccio, come storia della organizzazione del consenso, storia del come un "apparato ideologico di Stato" intende informare, istruire, divertire la collettività – piuttosto che del come questa collettività – effettivamente si informa, si istruisce, si diverte.
"In primo approccio", dicevo. Perché poi, dando mano alla storia concreta, occorrerà procedere in maniera di gran lunga meno schematica tenendo conto di una infinità di distinzioni, di interrelazioni, di variabili. Per esempio la distinzione tra l'informazione (e piú ancora l'informazione politica) e i programmi di intrattenimento e di cultura con le relative differenziazioni di controlli, dipendenze, pressioni. Oppure la dialettica, piú o meno aspra nel corso dei decenni ma mai del tutto riassorbita, tra gli operatori e i detentori del potere con i conseguenti riflessi che essa ha avuto nella elaborazione del prodotto, cioè nei programmi che poi sono arrivati al pubblico. E ancora: la evoluzione degli atteggiamenti delle varie forze politiche, le modifiche dei relativi rapporti di forza e le loro ripercussioni nella gestione del mezzo, il peso crescente che la domanda degli utenti ha avuto sul "modo di fare la radio". Per arrivare, infine, a quel radicale punto di svolta determinato nel 1976 dalla contemporanea riforma del monopolio pubblico e dalla fine, con l'avvento delle "private", dello stesso monopolio pubblico.

ANNO IV — 21 OTTOBRE 1928 - VI. — N. 43

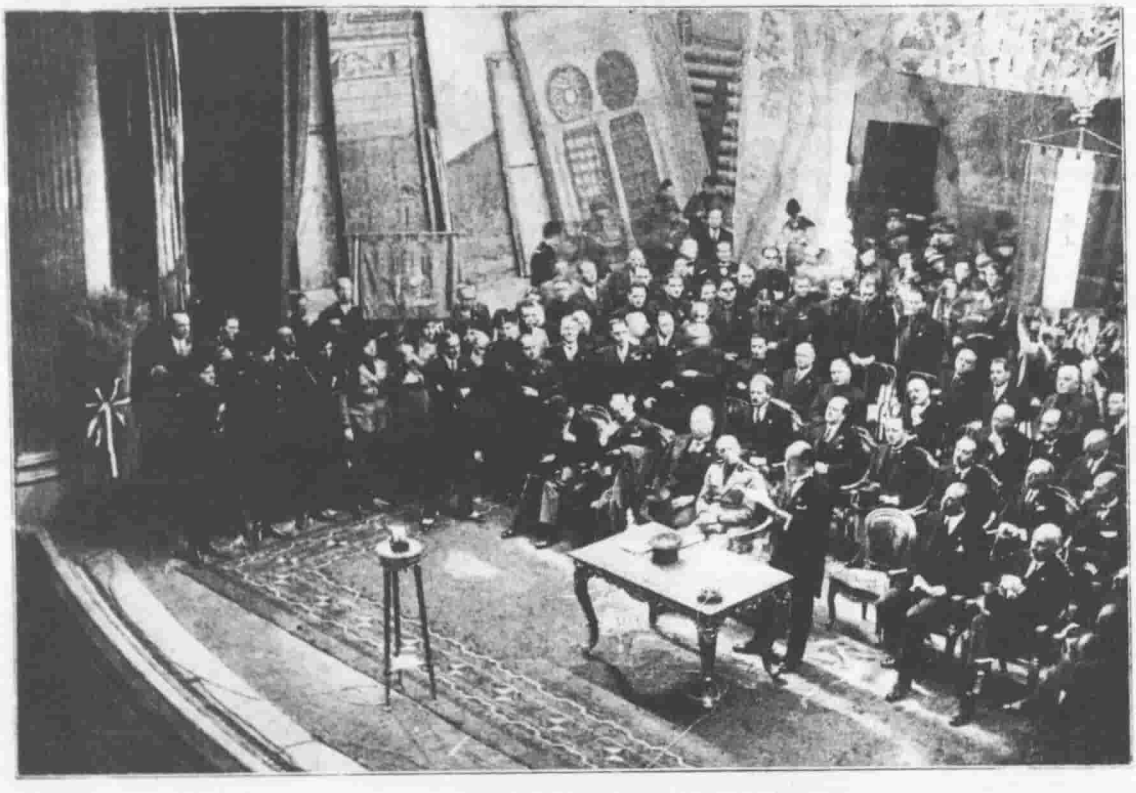
RADIORARIO

ORGANO UFFICIALE DELL'ENTE ITALIANO AUDIZIONI RADIOFONICHE

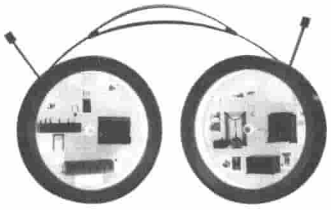
Direzione, Amministrazione, Pubblicità - MILANO - Corso Italia N. 1 - Telefono 86-239

ABBONAMENTO ITALIA E COLONIE: L. 55,30 - PER GLI ABBONATI DELL'E.I.A.R.: L. 30,30 - ESTERO L. 90,30
UN NUMERO SEPARATO L. 1,50

La trasmissione della cerimonia per la "Battaglia del Grano"



Mussolini pronuncia un discorso radiotrasmesso per celebrare il successo della "battaglia del grano" (1928). Dopo il primo insuccesso del teatro Costanzi e un periodo iniziale di diffidenza, l'uso del nuovo mezzo da parte del regime si intensifica soprattutto in occasioni cerimoniali e fortemente ritualizzate.



CARLO MACCHITELLA

LA STAGIONE DEI "CENTO FIORI"

Il lento declino inizia negli anni '50. Nel salotto buono delle famiglie italiane, il rassicurante apparecchio da ascoltare accanto al caminetto viene sostituito dall'ingombrante mobile Tv. Le "care memorie" legate all'Allocchio Bacchini cedono il posto alle mirabilia dell'industria elettronica targata Germania. Il declino prosegue ed appare inarrestabile negli anni '70. La riforma della Rai dimentica la radio. O meglio, assimila ed omogeinizza le esigenze del mezzo radiofonico a quelle della Tv (prefigurando gli stessi tipi di intervento strutturale ed organizzativo) ed ignora compiutamente il momento locale.

In contemporanea ai giorni neri in cui versa radio Rai, e quasi a far da contrappunto alla crisi della radiofonia pubblica, una nota canzone, di un altrettanto noto cantautore, proclama: «amo la radio perché libera la mente... e se una radio è libera, ma libera veramente, piace ancora di piú perché libera la mente». Il suo successo coincide con la nascita, e la affermazione, del fenomeno delle radio private in Italia. Quella canzone, cosí ricorrente sui canali di alcune emittenti, sembra assumere tratti epici: un'epoca nuova, basata su un uso piú libero dell'etere, si va ad avviare. Nel 1975 vi sono in Italia circa 150 emittenti radiofoniche private locali. Alla base della loro nascita la volontà di supplire alle carenze del servizio pubblico – in particolare l'accentramento organizzativo e produttivo e l'assenza di partecipazione – e di creare un mezzo alternativo capace di svolgere una funzione rivoluzionaria nel mondo dei media e della società. È sulla scorta di questo fervore e di questo entusiasmo che una vasta schiera di militanti politici, giovani ideologi, scatenati *disk-jockey* e loro ascoltatori sull'onda del 1968 e dei leninistici furori della controinformazione, vedono nella emittenza radiofonica uno strumento per fare politica, musica, intrattenimento e quindi, verbo magico di quegli anni, partecipare e fare partecipare. Nasce cosí la stagione dei "cento fiori" radiofonici, in cui molte emittenti locali, dialettali, politiche, culturali, emarginate, riescono ad avere una loro voce in una delle tante emittenti private.

Solo due anni dopo, le 150 emittenti radiofoniche private – ricevuto anche il placet della Corte Costituzionale che ne riconosce la legittimità in ambito locale – sono decuplicate.

Alla base del loro successo non vi è comunque solo l'entusiasmo sessantottino, ma anche la capacità dimostrata di sapere adeguare il mezzo radiofonico alle nuove esigenze della società, di averne attualizzato l'uso, di indirizzarsi a pubblici differenziati, di aver superato certi rigidi e, per taluni versi, superati schemi di radio Rai, di aver fatto proprio quanto Marshal McLuhan affermava in "Strumenti del comunicare" nel 1964: «... La radio dimostra la sua vitalità nel momento in cui si diversifica e dà vita ad un servizio regionale e locale... Si rivolge insomma alle necessità personali dell'individuo nelle diverse ore del giorno, si presenta come un mezzo che accompagna l'individuo in camera da letto, in bagno, in cucina, sull'auto ed ora anche in tasca... La radio che era stata una forma di ascolto di gruppo capace di svuotare le chiese è passata ora, con l'avvento della Tv, ad usi privati ed individuali. Il *teenager*, le donne, gli automobilisti rifiutano il gruppo e si rivolgono alla loro radio personale». Un'annotazione concretizzatasi negli Usa molto prima che in Italia e che nel nostro Paese inizia a trovare applicazione, anche grazie all'emittenza privata.

Un boom che rilancia il mezzo radiofonico, ne ridisegna contenuti e possibilità, pone alla Rai la necessità di ripensare programmi e strutture nell'obbligo di confrontarsi al meglio con la concorrenza ormai rappresentata dall'emittenza privata. Quell'emittenza privata che, si radicherà sempre piú nel sistema nel momento in cui, finita la fase pionieristica vi è l'avvio di un ragionato disegno di politica industriale.

L'assalto all'etere, infatti, si rafforza per gli interessi della industria elettronica multinazionale e nazionale, che rapidamente ed oculatamente, invade il mercato con ingenti quantità di materiali i cui costi sono alla portata di tutti. La entrata in campo di forti interessi economici segna pertanto la fine dello spontaneismo e l'avvio di una nuova attenzione da parte di forze politiche e finanziarie verso il settore. Si apre cosí una nuova fase nella privatizzazione dell'etere. Non solo si delinea infatti una maggiore attenzione verso la televisione, che meglio della radio risponde alle esigenze connesse ad ingenti investimenti e a manovre politiche ed economiche, ma si prefigura anche una diversa organizzazione della emittenza radiofonica.

Ad un costante aumento numerico delle emittenti (nel 1979 ammontano a quasi 2600) corrisponde una caratterizzazione

qualitativa precisa con conseguenti palinsesti e strutture puntuali e diversificate. Da un lato si affermano le radio commerciali, che mirano all'intrattenimento puro e semplice e al maggior profitto possibile tramite introiti pubblicitari. Dall'altro le radio politiche e di tendenza che privilegiano i contenuti, rivolgendosi ad un pubblico selezionato ed appartenente a precise aree ideologiche. Entrambe, comunque, puntano a rivalutare il momento informativo locale (assai trascurato dal servizio pubblico e dalla editoria). Per quanto concerne invece l'articolazione del palinsesto, per le prime il modello da imitare è quello di Telemontecarlo, per le seconde, quello della Rai. Un rapporto quest'ultimo conflittuale: "abbattere il nemico" ed "emulare la migliore radiotelevisione del mondo".

Il mondo della emittenza radiofonica privata sembra dunque avviarsi a delineare un proprio assetto ben definito: stabile il numero delle emittenti; ripartito, a metà con la Rai, l'ascolto complessivo; avviato un processo di riorganizzazione e di identificazione. La apparente volontà di assestamento nasconde, in realtà, una congerie di nodi irrisolti e di storture che vengono puntualmente ad esplodere nel corso dei primissimi anni '80.

La filosofia del momento locale, visto come proiezione di interessi, ideologie, esigenze sociali differenziate, all'interno della quale il fenomeno era nato e si giustificava, appare sempre piú inadatta a fornire un corretto quadro di riferimento. Il «locale è infatti una categoria mentale o meramente geografica. Nella realtà odierna non vi è nessuna dimensione locale distinguibile da quella nazionale e sovranazionale, soprattutto nel campo delle comunicazioni» (Siliato).

Il numero eccessivo delle radio e la corsa conseguente alla occupazione delle frequenze, non solo provocano continue interferenze e cattivo ascolto, ma rendono anche difficilmente distinguibile un canale da un altro. Si hanno cosí utenti che ascoltano non la radio, ma le radio, non potendo cioè definire con esattezza il canale prescelto. Nasce cosí l'«ascolto patchwork» (Eco): indice dell'audience complessiva di una fascia di frequenze stante la impossibilità di rilevare quella di singole emittenti. Di qui, quali ulteriori corollari, la difficoltà di valutare pienamente e correttamente la resa pubblicitaria delle singole radio ed il crollo degli investimenti pubblicitari: nel 1983 ammontano al 5% del totale rispetto al 10,3% del 1978. La stessa politica di palinsesto, modellato sugli schemi di Telemontecarlo e della Rai, non sembra, alla lunga, portare grandi vantaggi. Anzi non si può non notare che si profila una accettazione, quasi incondizionata, della "Non stop music" (musica 24 ore su 24).

Fa in particolar modo discutere in questa chiave il rapporto con la Rai. L'assenza di una politica di integrazione con il servizio pubblico, la incapacità, sopra richiamata, di costruire modelli di palinsesto profondamente innovativi, la perseveranza nel condurre battaglie di emulazione e di attacco (ovviamente portate avanti con mezzi e strutture inferiori) fanno sí che nel momento in cui la concessionaria pubblica, fattasi forte della esperienza accumulata nei primi anni di concorrenza, rincorre l'emittenza privata sul suo stesso terreno, ma con capacità strutturali e professionali diverse (l'esperienza di "stereo Rai"), la crisi divenga evidente. *Last but not least*, l'assenza di una legge di regolamentazione capace di disegnare un corretto sistema integrato Rai-private e di delineare meccanismi normativi atti a regolare le strutture della impresa radiofonica, ad impedire oligopoli o pericolose situazioni di controllo sull'etere, a razionalizzare il mercato pubblicitario, ad indicare la quantificazione della pubblicità trasmessa e le quote di programmazione da produrre in proprio.

È dall'insieme di questi problemi irrisolti che emerge il sistema attuale. Un sistema in cui coabitano *networks*, che trasmettono anche in contemporanea, radio in cui è presente l'esperienza produttiva ed informativa autenticamente locale, emittenti politiche, "radio rumore di fondo", che con la loro musica accompagnano novella filodiffusione senza canone, la vita di ogni giorno nelle jeanserie come in ufficio, in casa come al ristorante. Un universo complesso recentemente arricchito anche da iniziative di circuiti regionali e interregionali che mettono in onda un quota fissa di ore di trasmissione in comune e lasciano la parte che resta della programmazione alle scelte della stazione. Nascono cioè apposite catene di produzione di programmi che vengono poi, tramite le concessionarie pubblicitarie, smistate a diverse emittenti che diventano, in tal modo, meri terminali di prodotti fabbricati altrove.

Si delinea pertanto un assetto molto articolato e flessibile che richiede impegno particolare e forse costi eccessivi. Vi è la possibilità infatti che "l'indistinto radiofonico" trionfi all'interno di un sistema che, in assenza di coordinate certe, rischia molto spesso di mortificare le esperienze valide esistenti e di non utilizzare le proprie capacità di innovazione e trasformazione.

Che fare, dunque?

Molti gli interrogativi anche pressanti cui rispondere in attesa di quella legge che, prima o poi, comunque dovrà essere varata. Come tutelare la professionalità delle emittenti, professionalità da misurare in termini di garanzia da un punto di vista dell'autoproduzione, dei pagamenti Siae, del rispetto dei contratti collettivi dei lavori e della qualità delle emissioni? Come coniugare pluralismo e mercato? È ancora plausibile che si ingaggino defatiganti lotte con Viale Mazzini ora che anche il servizio pubblico si muove e combatte sullo stesso terreno?

Domande complesse cui sembra difficile fornire risposte certe.

A quasi dieci anni dall'avvio del fenomeno alcune riflessioni utili possono comunque essere svolte. L'emittenza privata radiofonica si è ormai conquistata uno spazio proprio e significativo, essendo stata protagonista in questo ultimo decennio, della rivitalizzazione del mezzo radiofonico. Si pensi infatti a come l'emittenza abbia avuto positivi riflessi sulla modifica e l'attualizzazione della programmazione Rai; alla capacità dimostrata nella riconquista alla radio di ampie fasce di ascoltatori e di utenti, in specie giovani e donne; alle nuove potenzialità scoperte nel mezzo radiofonico.

Ed il riconoscimento di questo ruolo è testimoniato da alcuni positivi segnali. In primis il "disgelo" avviato tra Rai e private per una collaborazione ed una integrazione fattive, come testimoniato dall'accordo comune per l'indagine sull'ascolto radiofonico del 1983.

Il sistema, inoltre, seppur lentamente, ha assunto caratteri definiti. La stessa dimensione locale, persi i connotati concettuali originali (proiezione informativa e partecipativa di una collettività individuata da ambiti geografici limitati), si afferma assumendo i caratteri di mero bacino di utenza su cui insistere, ferma restante la omogeinizzazione nazionale di programmazione e palinsesti.

Non è un caso, in questa chiave, che i network fatichino ad affermare il proprio ascolto fuori dalle aree principali di trasmissione, anche se rivelano buoni gradi di professionalità ed accumulino interessanti fatturati pubblicitari. Anche se i *networks* hanno un mercato piú stabile, la radio privata, cioè, resta un fenomeno locale. Ed in questo si evidenzia la vera differenza con la televisione. E da questo, forse, a quasi dieci anni dalla stagione dei "cento fiori" si deve avviare la proposta finale di definizione dell'intero sistema per restituire fino in fondo ruolo e certezze alla radio, il solo mezzo che come cantava Rabagliati, permette ancor oggi, una volta abbassato il volume, di ascoltare il battito del cuore.

IL NOSTRO REFERENDUM

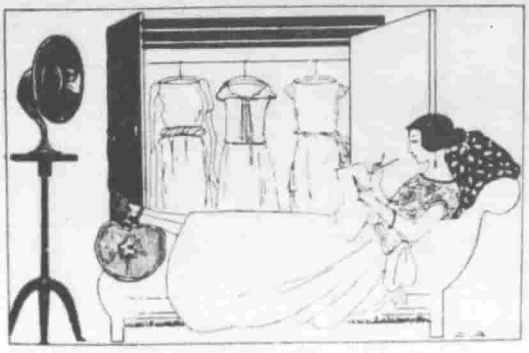
Cosa desiderate venga trasmesso dalla Stazione di Roma?

... notizie di borsa ...

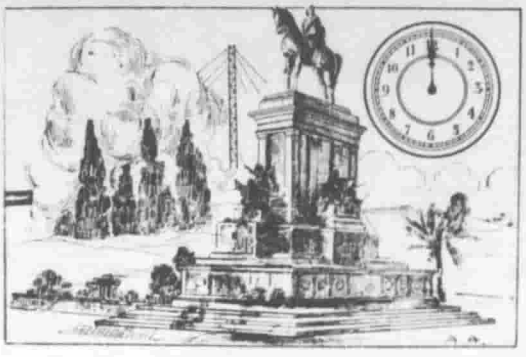
... informazioni sportive ...

... notizie meteorologiche ...

... musica ballabile ...



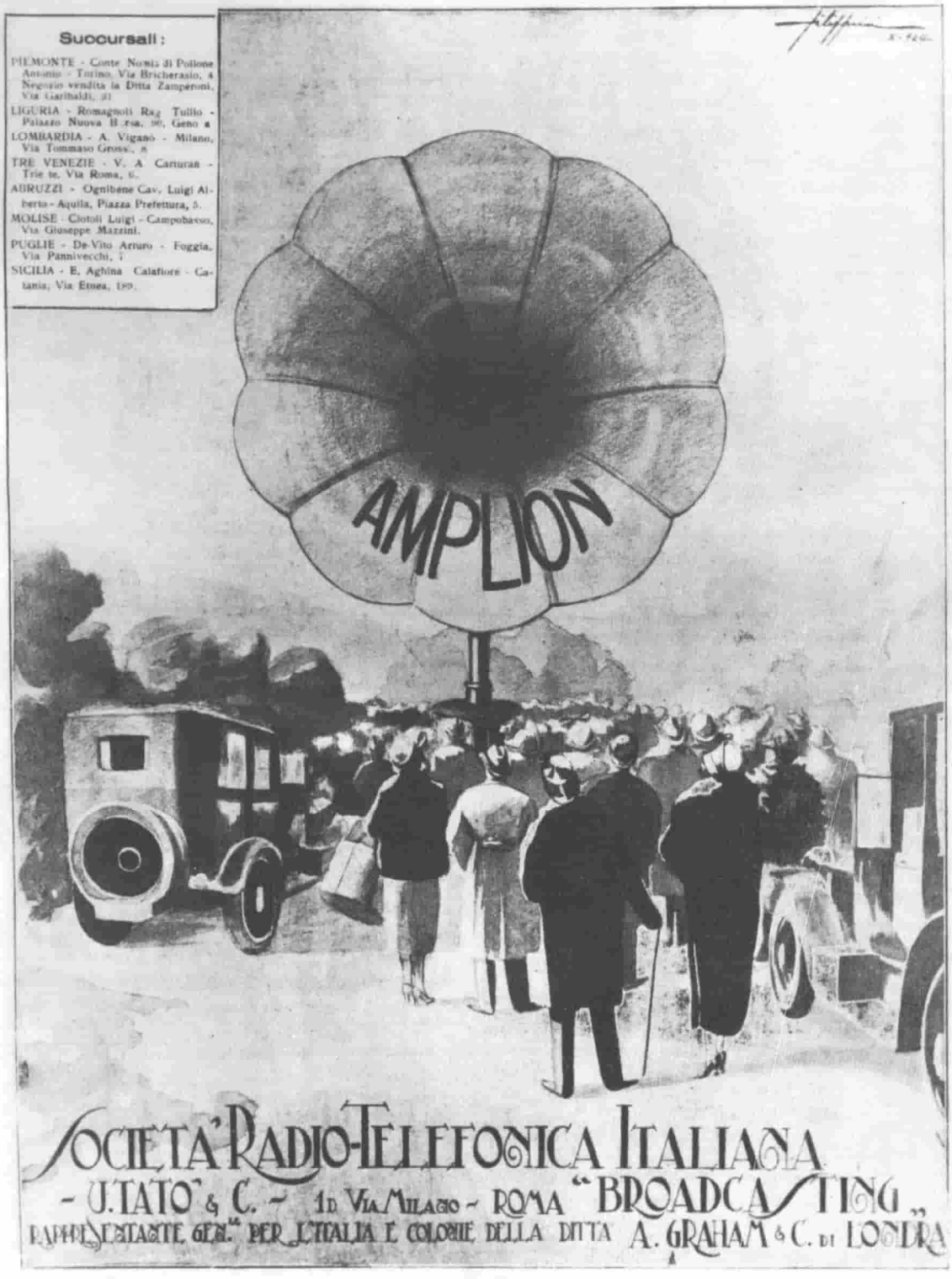
... l'ora per le signore ...



... segnale orario ...

Nel 1924 una delle prime riviste dedicate al nuovo mezzo, "Radiofonia", promuove un referendum tra i propri lettori, invitandoli ad indicare i "generi" preferiti e quelli meno graditi. Il risultato è sorprendente: la trasmissione in assoluto preferita è il segnale orario. Nelle pagine di "Radiofonia" che pubblicizzano il referendum si può leggere uno dei primi tentativi, in Italia, di "visualizzare" il nuovo mezzo, interpretato essenzialmente come vettore di vari tipi di servizi, diretti ad un pubblico dai connotati sociali ed economici facilmente identificabili.

CHI CITERA « RADIOFONIA » NELLO SCRIVERE AGLI INSERZIONISTI, CI FARA COSA GRADITA



Una delle prime pubblicità di apparecchi radio, 1924. Che l'altoparlante venga collocato nella strada, anziché nelle mura domestiche, non deve stupire: la fruizione pubblica, tramite "altisonante" (come allora si diceva) collocato agli incroci del centro o nelle gallerie, era assai diffusa.

RADIO ORARIO

PERIODICO SETTIMANALE

ORGANO UFFICIALE DELLA UNIONE RADIOFONICA ITALIANA

Redazione e Amministrazione: ROMA (10) - Via Maria Cristina 5 - Telef. n. 53-36

Abbonamenti: ITALIA E COLONIE - fino al 30 giugno 1925 L. 25 - fino al 31 dicembre 1925 L. 45
ESTERO - fino » » » L. 50 - fino » » » L. 80

ANNO I, N. 1 — 18 GENNAIO 1925 — C. C. POSTALE

Un numero separato L. 1,50

AI LETTORI

Il « Radio Orario » sorge collo scopo di fornire i programmi delle Stazioni Italiane e delle Stazioni Europee trasmettitrici di radio diffusioni circolari, che possono essere udite in Italia.

Quale organo ufficiale della Unione Radiofonica Italiana aggiungerà qualche nota informativa sulle linee programmatiche della U.R.I., a volte qualche breve cenno biografico sugli artisti che contribuiranno alle trasmissioni e infine ogni tanto un articolo di carattere non tecnico sulla Radiofonia.

Questo è il programma del « Radio Orario »: È modesto, ma speriamo che nel suo svolgimento il nuovo periodico incontrerà il favore del pubblico.

Per raggiungere tale scopo, che costituisce la nostra massima ambizione, gradiremo moltissimo consigli, richieste e proposte da parte dei lettori, sia per quanto riguarda il « Radio Orario » e sia per quanto si riferisce alla U.R.I.

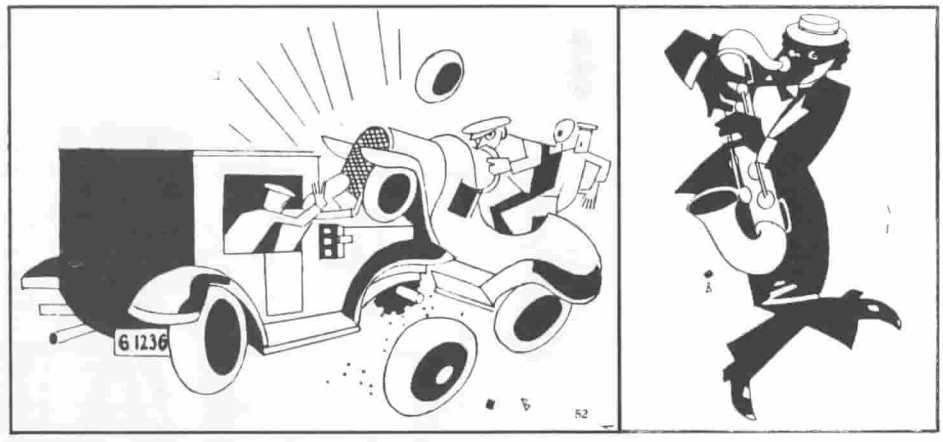
Faremo perciò una rubrica speciale dal titolo: *Corrispondenza coi lettori*.

Per questa rubrica ci raccomandiamo tuttavia alla clemenza dei corrispondenti, che vorranno inviarci lettere debitamente firmate e che non abbiano carattere polemico, che è escluso del tutto dal nostro programma.

Nella fiducia che non tarderà a svilupparsi una cordiale intesa coi suoi lettori, il « Radio Orario » invia loro i più fervidi auguri di ottimo proseguimento d'anno.

Il primo numero del "Radiorario", rivista dell'Uri, poi dell'Eiar (avrebbe cambiato nome, divenendo "Radiocorriere", nel gennaio 1930).

Copertina del "Radiorario" del 1927: autore, L. Di Maio.



Illustrazioni di P. Bernardini per "L'anello di Teodosio", di Luigi Chiarelli, 1929. Il lavoro di Chiarelli, uno dei primi radiodrammi italiani, è pubblicato dalla rivista letteraria "La lettura" nel novembre 1929. Le illustrazioni cercano di "rendere" visivamente l'ampio spazio che nel radiodramma di Chiarelli viene dato ai rumori, ai suoni, agli "effetti", nel tentativo di sfruttare al massimo (non senza ingenuità) le possibilità della tecnica radiofonica.

LO SPOGLIO DEI LAVORI PRESENTATI AL CONCORSO PER LA COPERTINA DEL RADIORARIO

Fin dalle origini, la dirigenza radiofonica (intenzionata, si legge in un testo del 1929, a promuovere in Italia lo sviluppo di una "coscienza radiofonica") cercò di favorire, attraverso la stampa aziendale, e cioè prima il "Radiorario", poi il "Radiocorriere", un feed-back da parte del pubblico: in forma di lettere, di sondaggi di gradimento, ed anche di immagini. Già nel 1928 si ebbero due concorsi, uno riservato alle vignette (secondo una tradizione diffusa nella stampa borghese italiana del tempo), l'altro alle copertine.

IL CONCORSO SETTIMANALE DEL RADIORARIO

ALCUNI MOTTI PREMIATI

La Sipra, nata nel 1926 per gestire gli spazi pubblicitari dell'Uri (e poi dell'Eiar, e quindi della Rai) dimostra fin dall'inizio un notevole interesse per la grafica, oltre che per la "réclame" sonora. Questi sono due manifesti del 1926 e del 1930-31. (Materiale tratto da "Mezzo secolo di pubblicità radiofonica in Italia" a cura di Relazioni Esterne Sipra).

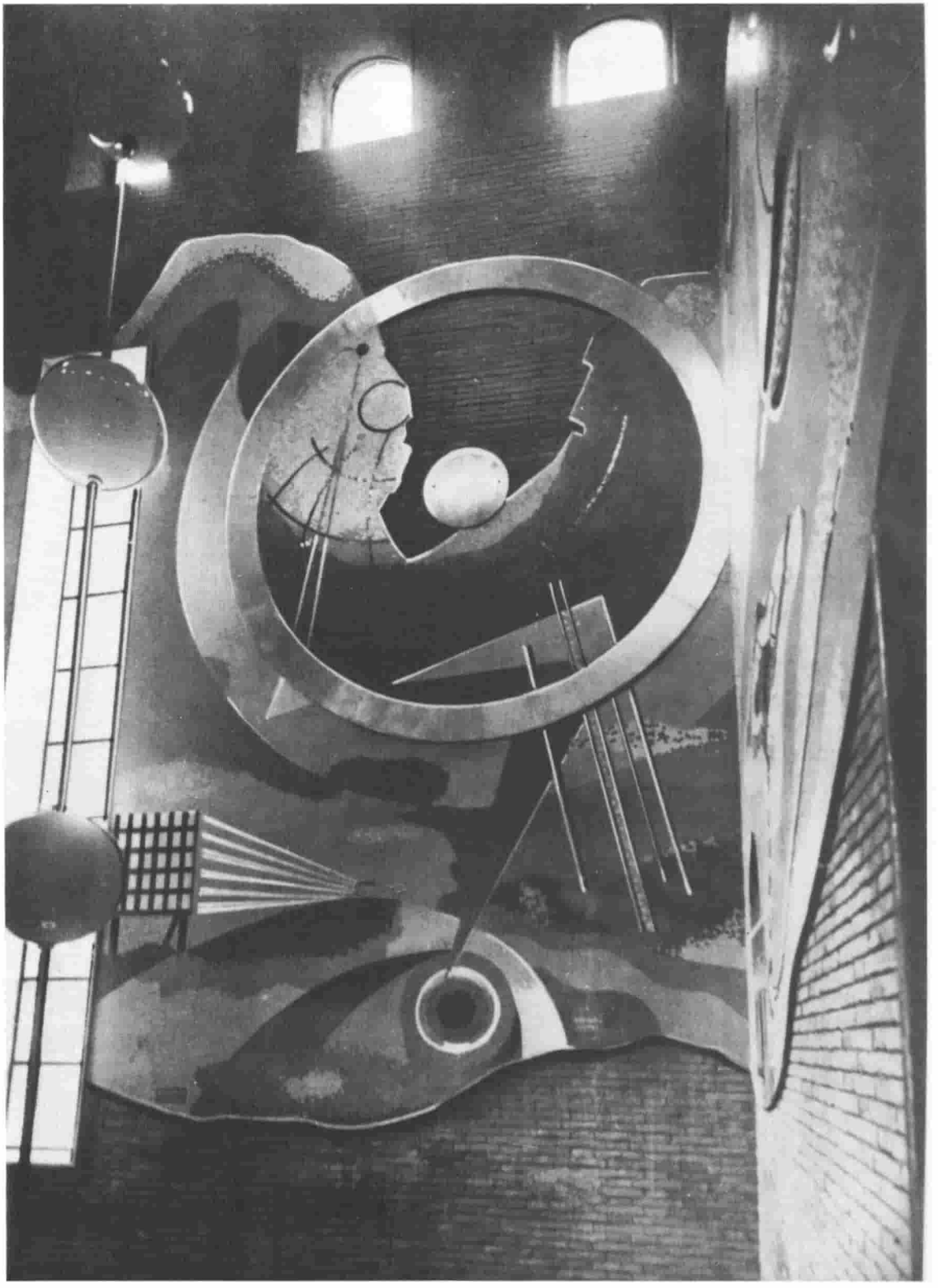
I. Pannaggi, Sala per radioaudizioni, Casa futurista Zampini, Esanatoglia (Mc), 1925-26. Sia sul piano teorico (si pensi al manifesto "La radia" di Marinetti e Masnata) sia su quello più specificamente visivo, i futuristi furono, in particolare tra i tardi anni '20 ed i primi anni '30, gli artisti italiani più attenti alla novità del mezzo radiofonico. La "Sala" di Pannaggi, decorata con i nomi dei grandi pionieri della radio, sembra voler sovvertire l'idea diffusa, secondo cui la radio doveva divenire uno strumento per il rafforzamento di una tradizionale "domesticità", proponendo al contrario di farne il centro di un'organizzazione nuova dello spazio abitativo, consapevolmente artificiale. «Una sala per radioaudizioni costituisce il tema più nuovo che si possa presentare all'architetto, e come tale va risolto con la massima libertà... Il luogo e lo spazio sono aboliti: si ripercorrono migliaia di chilometri e si cambiano i paesi a piacere. È dunque lecito creare l'ambiente fantastico con le più libere trovate della plastica architettonica» (I. Pannaggi, "La Fiera Letteraria", 24.7.1927).

La Sipra, nata nel 1926 per gestire gli spazi pubblicitari dell'Uri (e poi dell'Eiar, e quindi della Rai) dimostra fin dall'inizio un notevole interesse per la grafica, oltre che per la "réclame" sonora. Questi sono due manifesti del 1926 e del 1930-31. (Materiale tratto da "Mezzo secolo di pubblicità radiofonica in Italia" a cura di Relazioni Esterne Sipra).

I. Pannaggi, Sala per radioaudizioni, Casa futurista Zampini, Esanatoglia (Mc), 1925-26. Sia sul piano teorico (si pensi al manifesto "La radia" di Marinetti e Masnata) sia su quello più specificamente visivo, i futuristi furono, in particolare tra i tardi anni '20 ed i primi anni '30, gli artisti italiani più attenti alla novità del mezzo radiofonico. La "Sala" di Pannaggi, decorata con i nomi dei grandi pionieri della radio, sembra voler sovvertire l'idea diffusa, secondo cui la radio doveva divenire uno strumento per il rafforzamento di una tradizionale "domesticità", proponendo al contrario di farne il centro di un'organizzazione nuova dello spazio abitativo, consapevolmente artificiale. «Una sala per radioaudizioni costituisce il tema più nuovo che si possa presentare all'architetto, e come tale va risolto con la massima libertà... Il luogo e lo spazio sono aboliti: si ripercorrono migliaia di chilometri e si cambiano i paesi a piacere. È dunque lecito creare l'ambiente fantastico con le più libere trovate della plastica architettonica» (I. Pannaggi, "La Fiera Letteraria", 24.7.1927).

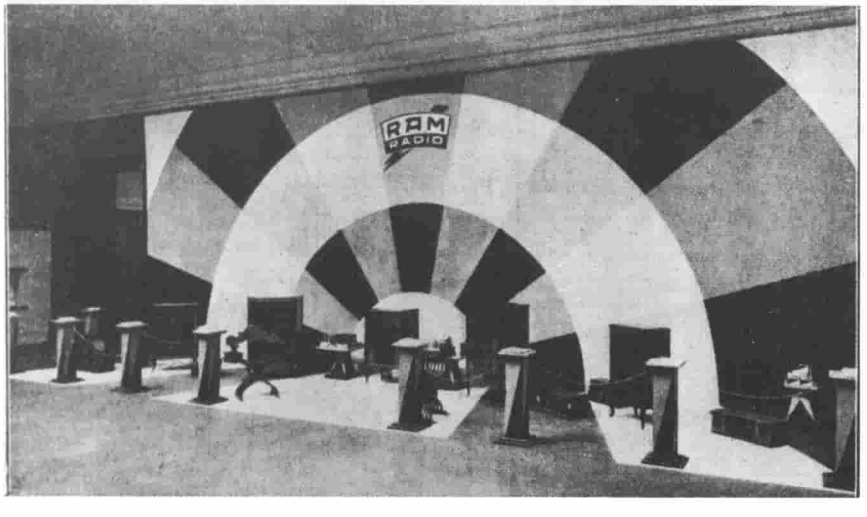
Il plastico di Depero per l'agenzia "Stefani" (1933); quello di Prampolini su Marconi alla Mostra della rivoluzione fascista; il mosaico, sempre di Prampolini, che decora il Palazzo delle Poste di La Spezia (cosí come il gigantesco "mural" di Benedetta al Palazzo delle Poste di Palermo): sono i tentativi dei futuristi di rendere visibile il moderno sistema delle comunicazioni, senza aggirarne, anzi al contrario rivendicandone, la rapidità, l'incorporeità, l'artificialità, in definitiva l'astrattezza.

SALA B



Sopra e nella pagina a fianco: pubblicità dell'industria radiofonica, 1929-30. Dopo una lunga fase iniziale, nella quale le "réclame" (come allora si diceva) erano occupate esclusivamente dalle immagini degli apparecchi e dalle descrizioni dei loro dati tecnici, sul finire degli anni '20, alla ricerca di nuove fasce di pubblico più interessate ai programmi e meno alla tecnologia, la pubblicità radiofonica cominciò ad animarsi di nuove immagini, che sottolineavano non tanto le caratteristiche dell'apparecchio quanto le condizioni sociali (idealizzate, naturalmente) dell'ascolto.

La Terza Mostra Nazionale della Radio (1931): i padiglioni Ram e Ducati.



Una volta

le nonne e le mamme trattenevano in casa i bambini raccontando, una dopo l'altra per lunghe ore, fantastiche novelle.

Oggi

un Apparecchio "RAM" R. D. 2000

racconta ai vostri bambini con una voce inesauribile cose ben più interessanti e li trattiene in casa educandoli tanto con la musica che ingentilisce quanto con i racconti e le conferenze che educano ed istruiscono.

"RAM"

Apparecchio R. D. 2000

lunghezza d'onda 220-600 m. 8 valvole

altoparlante S. 702 S. A. F. A. R.

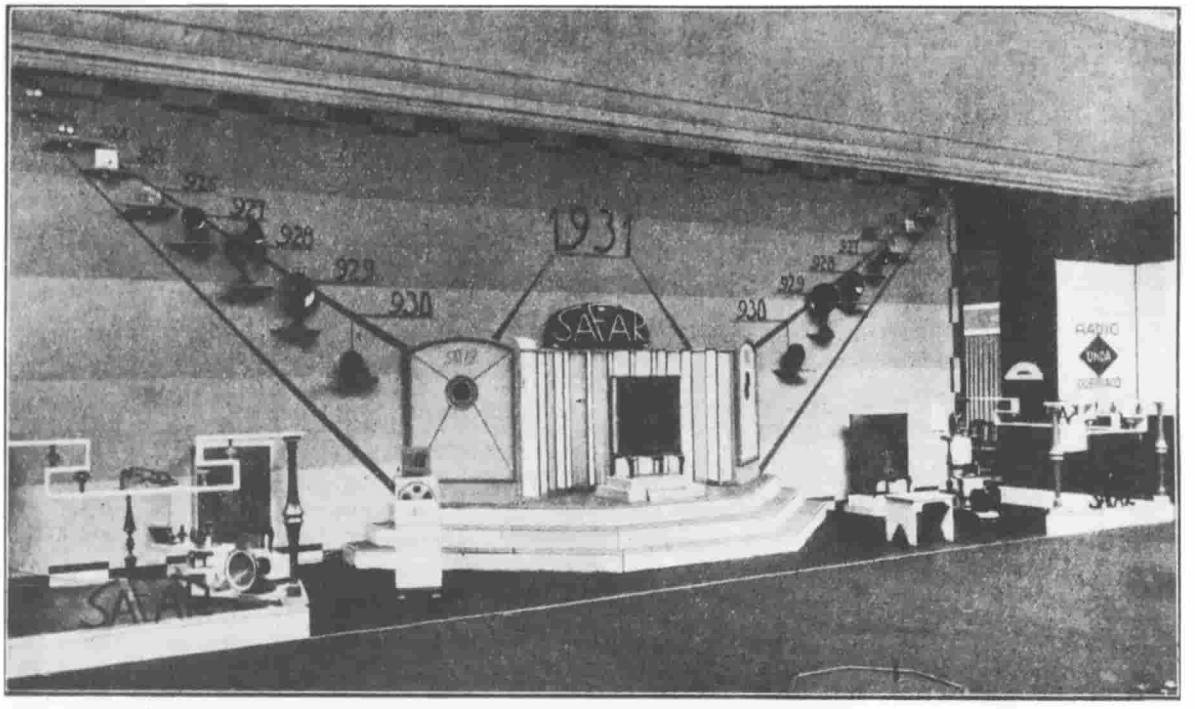
Domandate opuscoli e prezzi

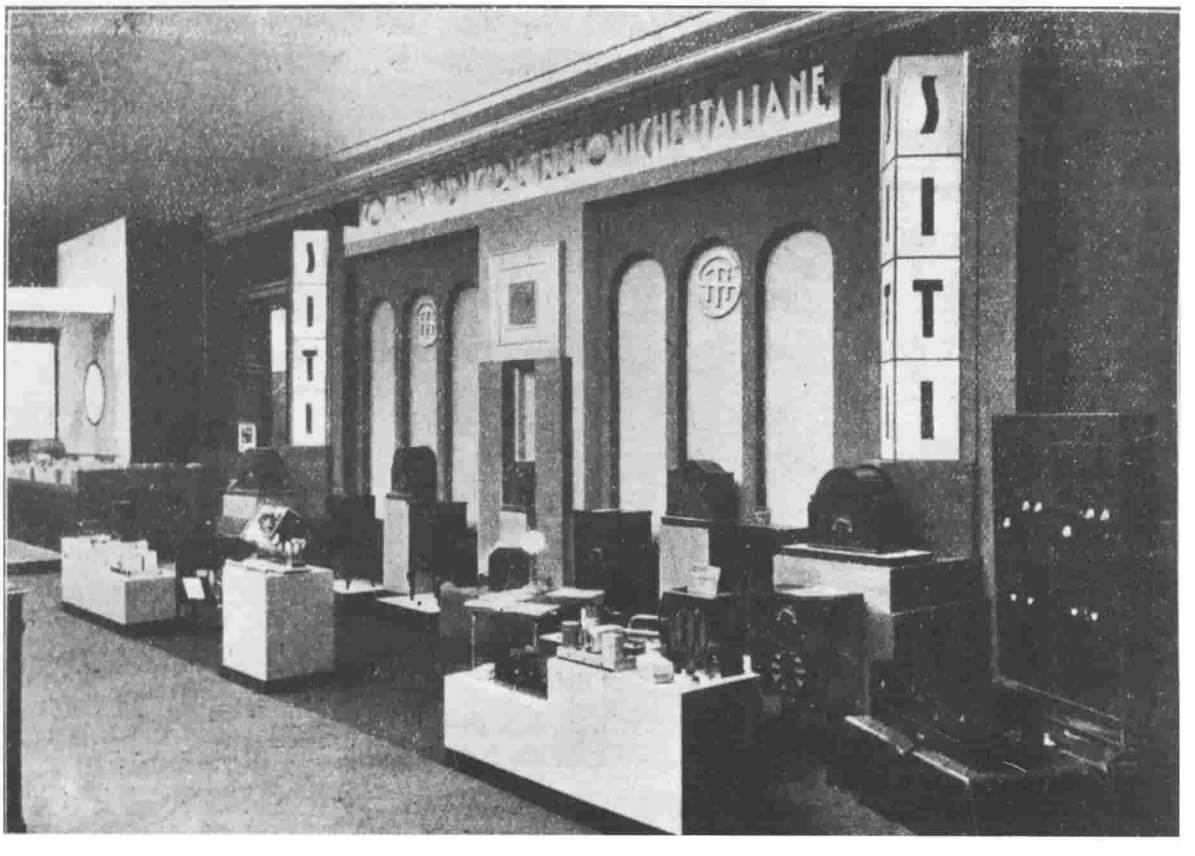
RADIO APPARECCHI MILANO

ING. GIUSEPPE RAMAZZOTTI

65 Foro Bonaparte - MILANO (109) - Telefoni 36-406 e 36-864

FILIALI: ROMA - Via del Traforo, 136.137.138 — GENOVA - Via Archi, 4 *rosso*
NAPOLI - Via Roma, 35 — FIRENZE - Via Por Santa Maria — TORINO - Via S. Teresa, 13





La Terza Mostra Nazionale della Radio (1931): i padiglioni Safar e Siti.

Tav. N. 77 *Roberto Algisi* - Fedeli della terra CATALOGO N. 1

Tav. N. 72 *Eustachio Catalano* - L'Italia fascista e guerriera ascolta alla radio i discorsi del DUCE che prepararono e conclusero l'ascesa all'Impero

Tav. N. 21 *Gerardo Dottori* - Ascoltazione del discorso del 9 Maggio XIV CATALOGO N. 14

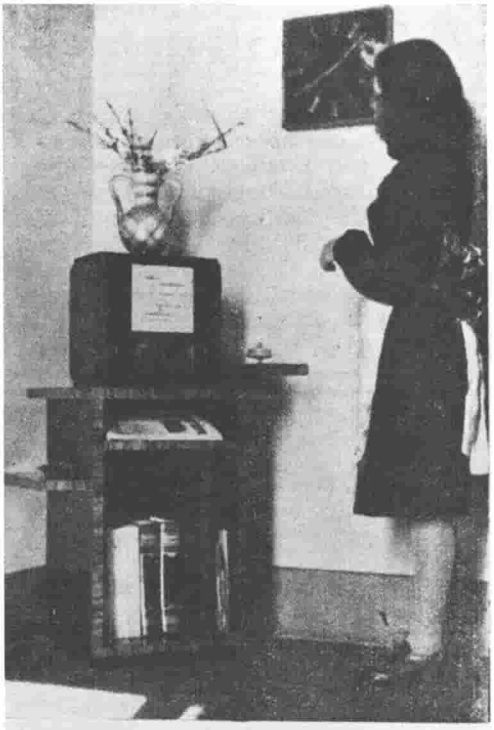
Nel 1936, ai pittori che gareggiavano per il Premio Cremona di pittura venne proposto il tema obbligato "Ascoltando un discorso del Duce alla radio". Un tema di moda in diversi paesi, dalla Germania nazista ("Il Führer parla", di P. M. Padua) all'America rooseveltiana, dove il "filo diretto" tra presidente e masse popolari in occasione dei famosi "discorsi al caminetto" fu oggetto di una vasta documentazione fotografica e cinematografica. Dall'insieme dei quadri che parteciparono al concorso è possibile evidenziare la coesistenza, in quegli anni, pur all'interno di modi figurativi abbastanza simili, di chiavi interpretative diverse del fenomeno radiofonico. Quadri di R. Algisi, E. Catalano, G. Dottori.

Tumiati, Sanipoli, Sperani in "Attilio Regolo", di P. Metastasio, rappresentato nel 1939 a Milano. Era corrente allora (e lo sarebbe rimasto fino all'avvento della Tv) l'uso di "foto di scena" dei radiodrammi nelle quali, attraverso una gestualità costruita e barocca, si cercava di "tradurre" in fotografia il messaggio sonoro. "Foto di scena" riprese non durante le trasmissioni (sarebbe stato impossibile) ma, in generale, negli intervalli.

In alto a destra, trasmissione di un radiodramma, Milano anni '30, fotografia di Vincenzo Carresi. Nell'autunno 1939, l'Eiar promuoveva un referendum radiofonico collegato con un concorso a premi: il primo vero "sondaggio" della radiofonia italiana, che coinvolse il 75% circa degli abbonati, circa 900 mila. Il volume che forniva i risultati del referendum e la loro elaborazione grafica, ebbe invece una circolazione curiosamente limitata: 200 esemplari. Tra gli aspetti più interessanti di quella rara pubblicazione, la grafica, che cercava di conciliare la limpidezza visiva delle tabelle statistiche, le tradizioni consolidate nella rappresentazione dei prodotti culturali dell'epoca, e una certa qual ricercatezza visuale. Si riproducono qui le tavole dedicate ai generi radiofonici, al variare dell'ascolto nel corso della giornata, ai corsi di lezione.

Qui a fianco e nella pagina a fronte, alcune foto premiate al Concorso Eiar per fotoamatori, 1940. Sono rispettivamente "Il cantuccio dei bambini" di A. Rizzoli; "Corso di lingua albanese" di G. Gavani; "Segnale orario" di P. Moraccini. Tema della gara, "La radio". Può essere interessante notare il ricorrere, in questi prodotti fotografici, di modi e temi della pittura: ad esempio, dei quadri del Premio Cremona.

« Il cantuccio dei bambini »; fotografia del sig. Aldo Rizzoli, Torino.

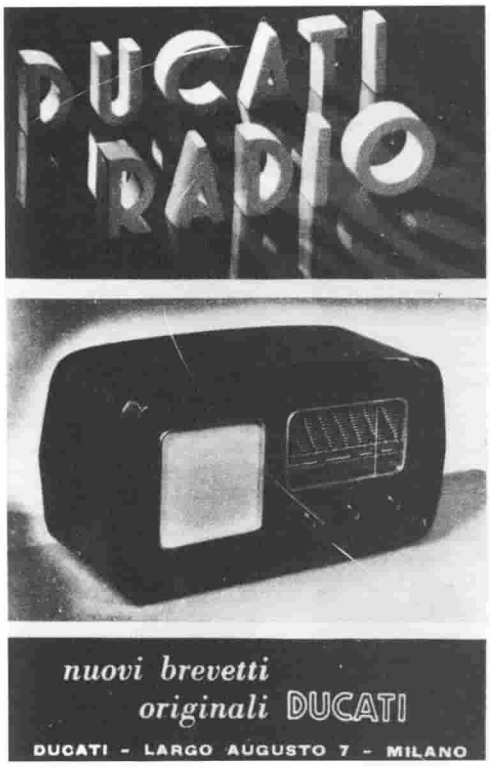


« Segnale orario », fot. del sig. Piero Moraccini, Piombino

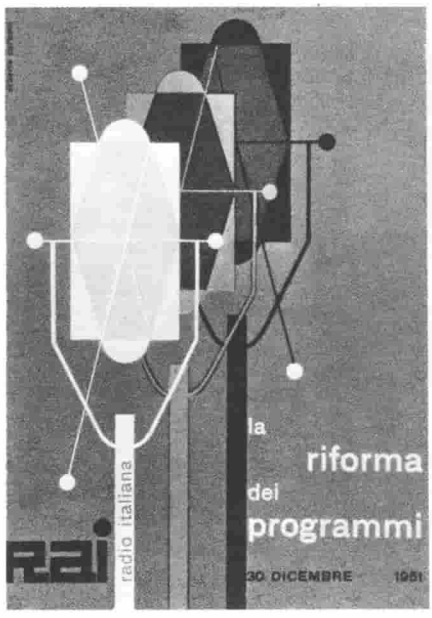
« Corso di lingua albanese », fotografia del sig. Giordano Garani, Bondeno (Ferrara)

Le copertine di tre numeri del "Canzoniere della radio" delle edizioni Campi, Foligno, uno di quei "canzonieri" assai diffusi fino alla seconda metà degli anni '50, che riproducevano i testi delle canzoni di successo: le copertine si richiamavano in genere a divi della musica leggera, o "sceneggiavano" il testo di una canzone. Un altro modo di "fissare" l'impalpabilità della radio. (Non molto diversa del resto dalle tecniche usate in altre riviste per rendere "ri-vivibile" l'esperienza cinematografica).

Tre esempi di pubblicità radiofonica post-bellica: 1949.

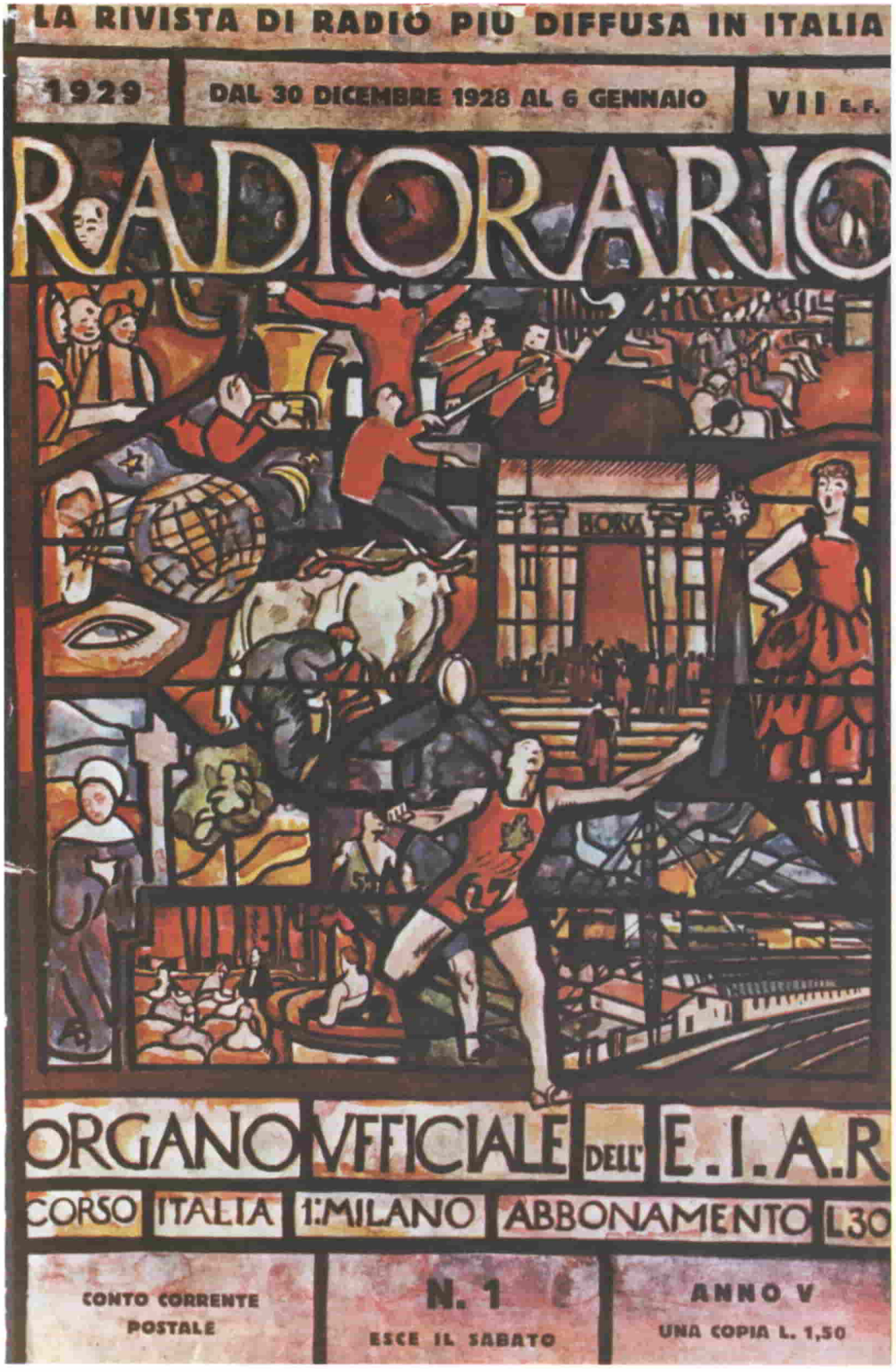


Manifesto di Carboni per la riforma dei programmi (1951).

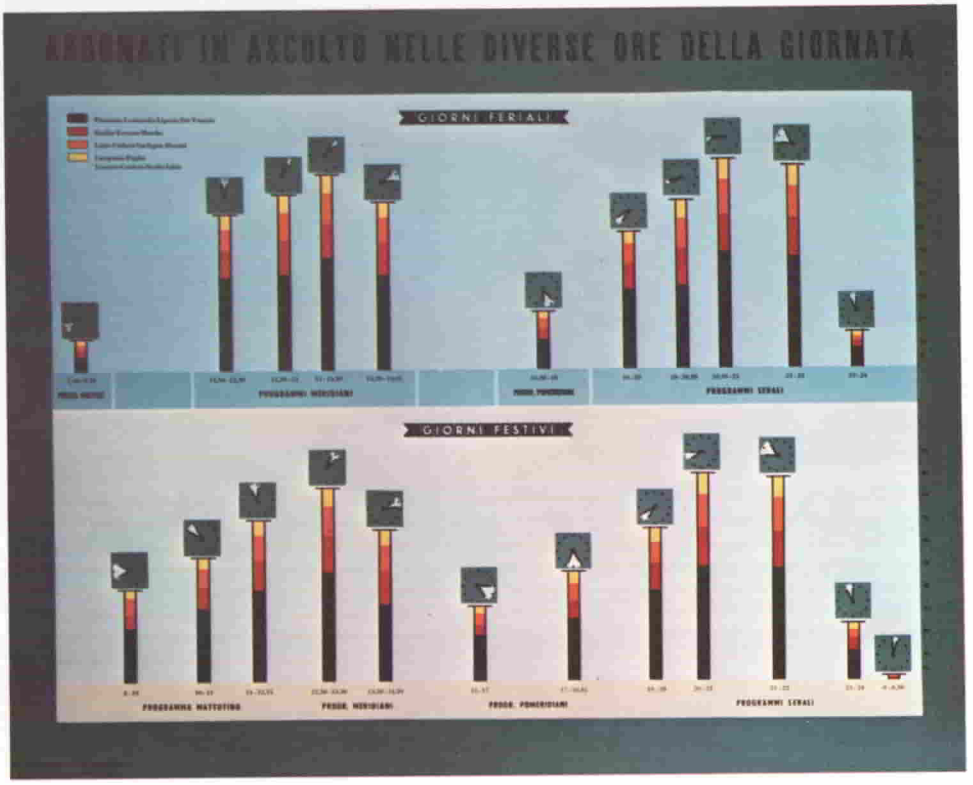


Tre bozzetti di Carboni per la propaganda radiofonica (1951).

Via Arsenale 21, Torino.
Fotografia di Carla Cerati, 1967.



Il primo numero del "Radiorario" del 1929. Secondo uno standard diffuso e ricorrente nelle immagini promozionali dell'emittente, la rappresentazione della radio è essenzialmente rappresentazione della varietà di prodotti e servizi disponibili per i radioascoltatori; mentre poca o nessuna attenzione viene dedicata alle possibilità espressive autonome del mezzo.



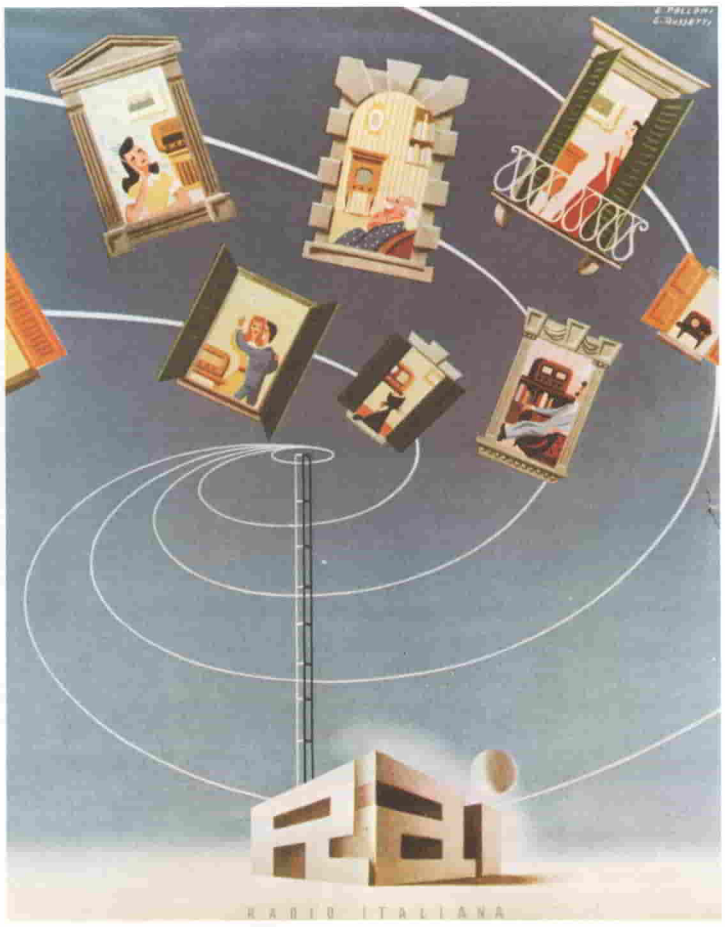
Nell'autunno 1939, l'Eiar promuoveva un referendum radiofonico collegato con un concorso a premi: il primo vero "sondaggio" della radiofonia italiana, che coinvolse il 75% circa degli abbonati, circa 900.000. Il volume che forniva i risultati del referendum, e la loro elaborazione grafica, ebbe invece una circolazione curiosamente limitata: 200 esemplari. Tra gli aspetti più interessanti di quella rara pubblicazione, la grafica, che cercava di conciliare la limpidezza visiva delle tabelle statistiche, le tradizioni consolidate nella rappresentazione dei prodotti culturali dell'epoca, e una certa qual ricercatezza visuale. Si riproducono qui le tavole dedicate ai generi radiofonici, al variare dell'ascolto nel corso della giornata, ai corsi di lezione.

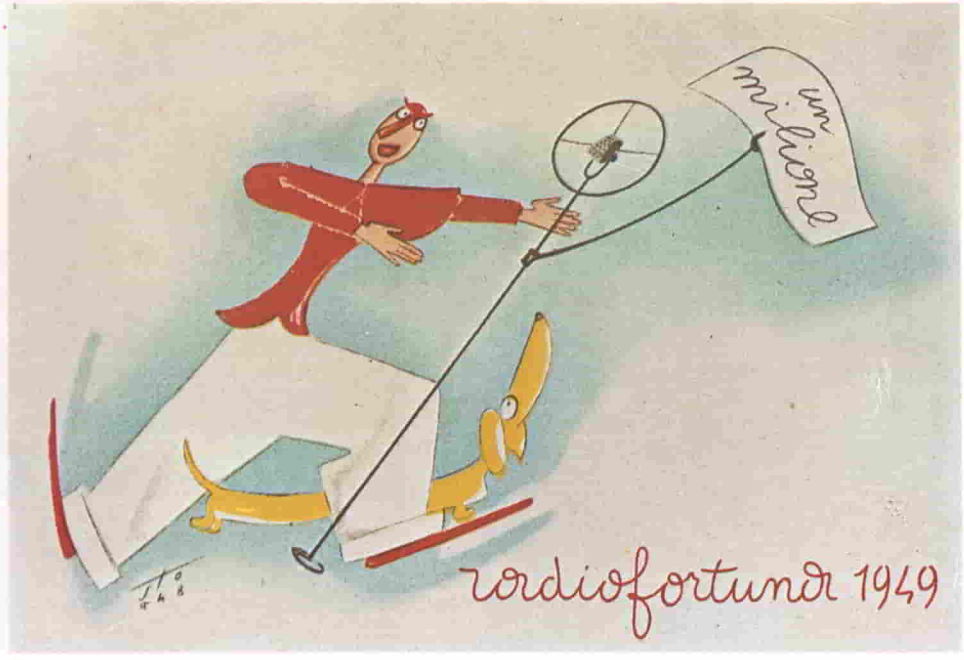
Proprio negli anni del referendum, la propaganda dell'Eiar per la promozione degli abbonamenti cambia carattere: dall'organizzazione a base locale dei "Pionieri" si passa a vaste campagne nazionali, basate sui concorsi a premi, sul divismo, sui manifesti: campagne ricorrenti, a scadenza annuale, come il "giugno radiofonico" o come, nel dopoguerra, "radiofortuna".

Manifesto di E. Paulucci per il Terzo Programma (1950). Il programma culturale, e la pubblicazione omonima, avrebbero a lungo rappresentato un curioso punto d'incontro tra la radio e i pittori: molti dei maggiori nomi dell'arte italiana sarebbero stati infatti chiamati a decorare con proprie stampe (per altro ben di rado specificamente dedicate a temi radiofonici) quella rivista.

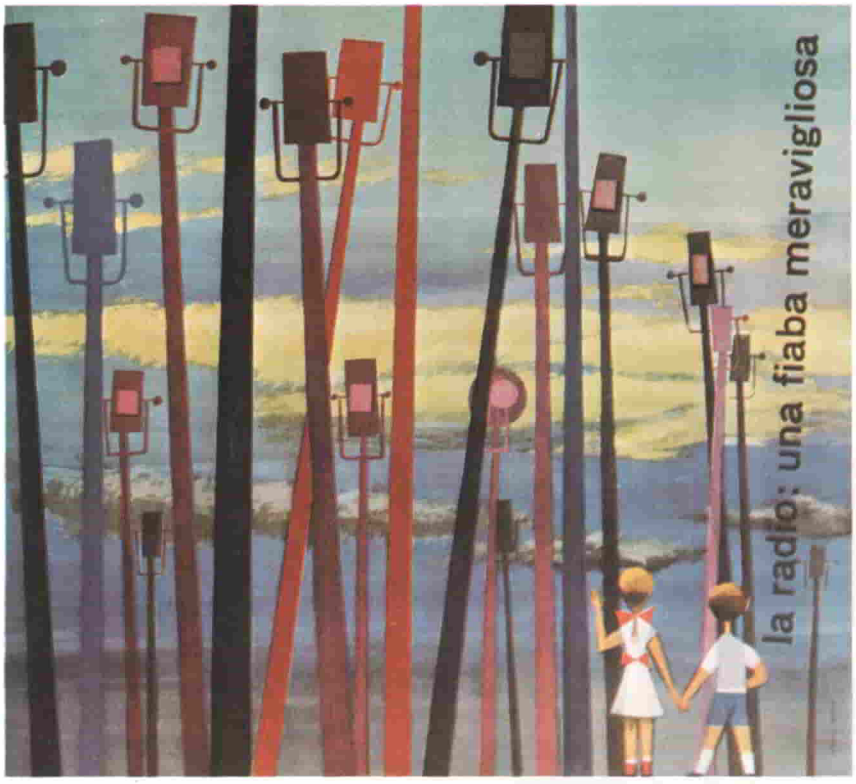
Manifesto di L. Spazzapan per la stagione lirica della Rai (1950).

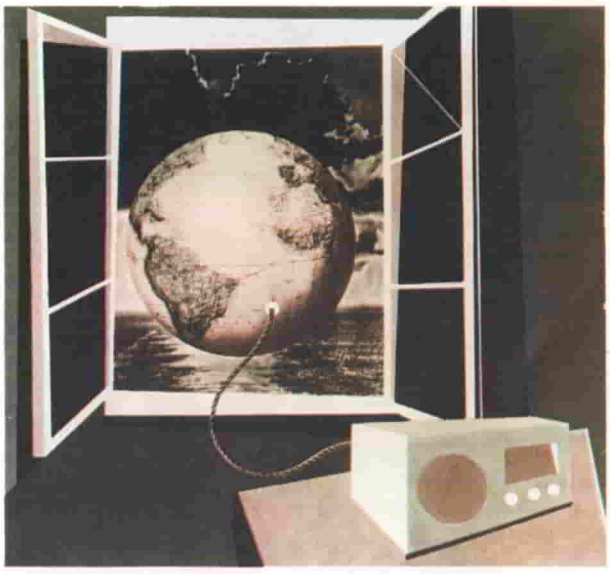
Locandina promozionale realizzata da E. Polloni e G. Rossetti (1950).



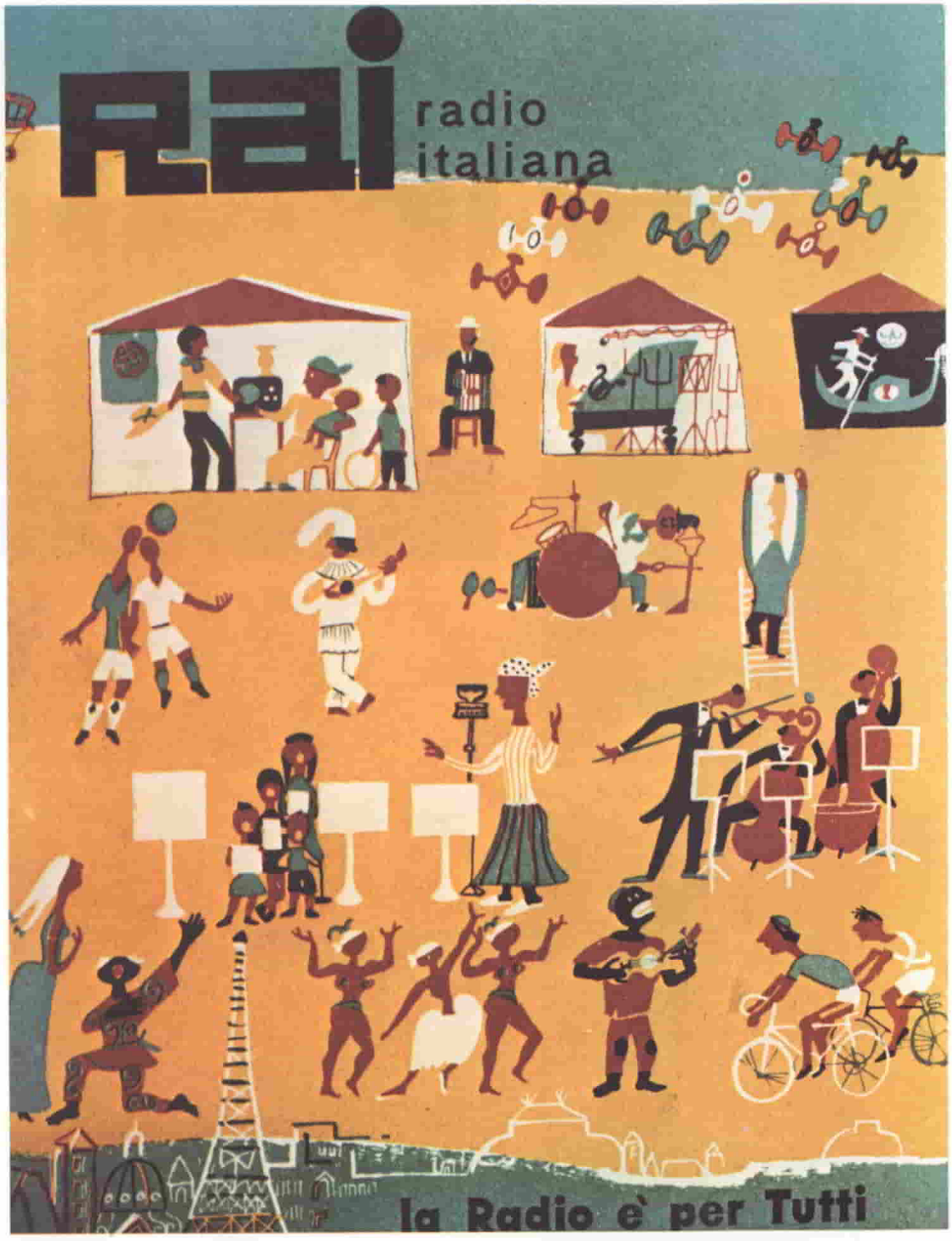


Manifesto di Sergio Tofano (sto) per il concorso "Radiofortuna" del 1949. Il riferimento alla radio può apparire del tutto indiretto; salvo che il suo autore congiungeva la popolarità di autore di storie per bambini ("Il signor Bonaventura", simbolo appunto della buona sorte) con quella di attore cinematografico, teatrale, ed anche radiofonico.



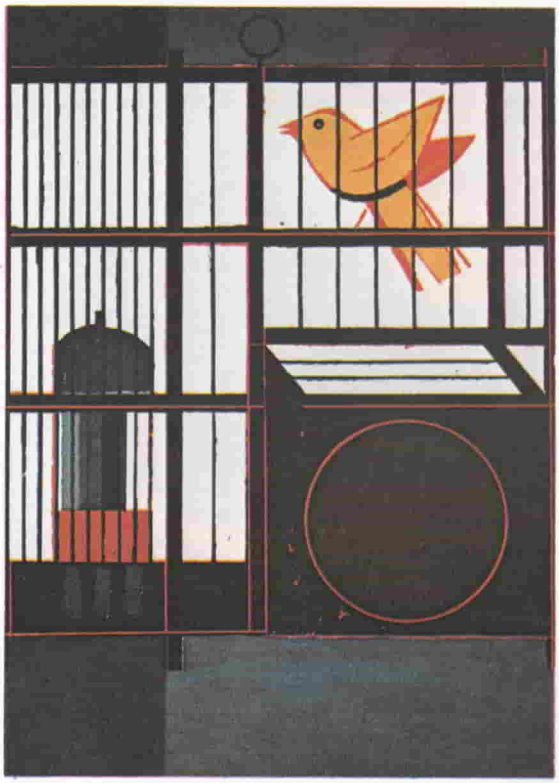


Nei primi anni '50, i principali illustratori della radio, in Italia, sono probabilmente E. Carboni e P. Bianconi. È il primo a tentare, nel 1950, la via della fiaba illustrata, che intreccia con efficaci trovate visive l'immagine della radio come macchina del sogno con quella della "finestra sul mondo".

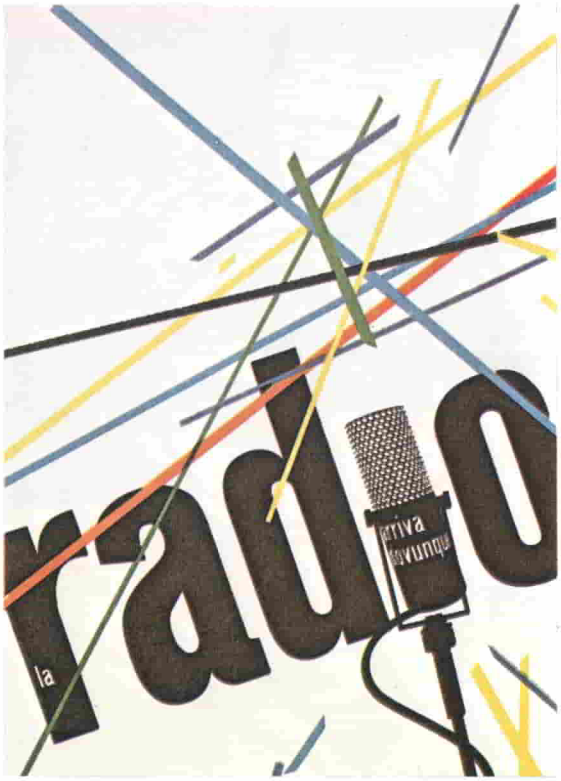


P. Bianconi

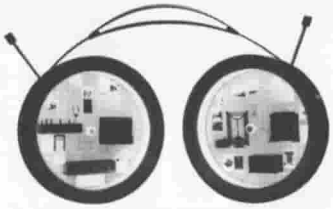
In questa pagina e nella successiva i bozzetti di P. Tovaglia, A. Steiner, G. C. Iliprandi, H. Weibl, F. Bianconi, M. Huber, per l'"Invito alla radio" del 1959: un incontro, purtroppo effimero, tra la macchina dei suoni e la nuova grafica. È cominciata l'epoca della TV: forse, il problema del "dare un volto alla radio" sembra già risolto.



la radio sta alla televisione
come l'orecchio sta all'occhio
non si sostituiscono vi completano


la radio

la Radio
e i suoi volti



GOFFREDO FOFI

LE VOCI DELL'EPOCA

Georges Perec, lo scrittore francese prematuramente scomparso, ha pubblicato qualche anno fa un libro delizioso che pochi conoscono, intitolato *Je me souviens*: brevi flash di memoria personale, le piccole cose scomparse, i fatti minori o l'eco di fatti maggiori, i ricordi dell'autore e di tutti quelli che non fanno storia e non fanno romanzo, ma appena costume, e che rifrullano ora qui ora là nella testa della gente. Quelli che "fanno epoca". Parlava molto di radio, Perec, e come non parlarne per una persona della sua, della mia generazione, Comincerò anch'io con qualche ricordo. Tempo di guerra, campagne umbre, zie che portano in città su uno sgangherato e lentissimo carretto tirato da un povero asino un cumulo di biancheria accuratamente lavata e asciugata al sole, sulla cui pila io troneggio e traballo. Poi una sosta, davanti a un'osteria dalla cui porta si diffonde una musica dolcissima e lontana, come da un altro universo, e una voce che canta, esile e tesissima: «Tu, solamente tu...». È la prima volta che sento la radio, ed è pura magia. Saprò dopo la guerra, risentendo quella voce e quella canzone, che si trattava di Norma Bruni, che io immagino eterea, bionda e trasognata come un'Irasema Dilian. Le voci (la radio) ingannano. Molti anni dopo, su una bancarella napoletana, una vecchia cartolina mi rivelò che Norma Bruni era una vamp dai capelli neri e dalle labbra coperte di un rossetto che sembrava, nella foto, nero anch'esso; ma il trucco non bastava a nascondere una "italica bellezza" prosperosa e casalinga. Se devo dare un volto alla radio, anzi all'"aradio", come immancabilmente si scriveva sui temi in classe dedicati al "benefattore dell'umanità" Guglielmo Marconi, le dò quello di Norma Bruni, anzi, quei due: quello immaginato e quello reale, un volto di ineffabile e esotica distanza e uno di piú banale concretezza, tuttavia un po' pretenziosa.

Il grande saggista Rudolf Arnheim, accolto in Italia al Centro Sperimentale di Cinematografia transfuga dalle persecuzioni della Germania hitleriana e, dopo le leggi razziali, passato in America, ci ha lasciato, scritto in un italiano riveduto e corretto, un saggio acuto e sostanzioso dal titolo *La radio cerca la sua forma* (Hoepli, 1937) che l'Eri farebbe gran bene a ristampare. In esso si dice e difende la specificità del mezzo radiofonico, se ne illustrano le potenzialità, e si insiste sulla capacità che ha la radio di creare «un mondo suo, sensibile e reale, nonostante il carattere di astrattezza che le è proprio». La radio crea un "presente drammatico" che permette, piú del teatro e piú del cinema, una liberazione dell'immaginario dell'utente, una sua partecipazione, una sua collaborazione non sempre condizionata e costretta. Ovviamente, se le possibilità della radio vengono sfruttate davvero, se dietro il microfono c'è chi vuole e sa utilizzarle.

Non sempre questo è accaduto, e anzi la radio si è imposta nei suoi primi decenni come strumento privilegiato nella formazione del consenso, nella propaganda dei valori dominanti. Negli anni del fascismo Mussolini sapeva bene che uso farne: «ogni villaggio deve avere la sua radio», diceva, e assieme ai programmi di canzonette e al "Giornale parlato" nascevano Radio rurale e Radiobalilla, Cronache del regime e Radio sociale, su su fino a Radio Monaco per parlar di Asse e di tedeschi, e a *I cinque minuti del signor X* per replicare a Radio Londra. Per mia fortuna, non c'ero, o ero troppo piccolo e non avevamo ancora la radio, che allora, anni di miseria e di guerra, ben pochi avevano. Ma doveva certo essere Radio Londra quella che mio padre si recava ad ascoltare in casa d'amici, tra molte precauzioni, portandomi a volte con sé, ed è forse per questo che ho associato alla radio un'idea di intimità, di calduccio, di segreto, di sordina. Di privato e di famigliare piú che di pubblico e collettivo. Eppure almeno due momenti collettivi, e due voci particolari mi restano nelle orecchie: quella di Titta Arista che lesse il proclama di Badoglio del 25 luglio (gente in strada, grida e abbracci, «l'ha detto la radio» – ma la voce di Arista mi è nota solo dalle infinite volte in cui il cinema, in particolare quello dei primi anni '60, quando era tornato possibile raccontare quegli anni, l'ha drammaticamente riproposta), e quella, emozionata e emozionante, di Mario Ferretti che "descriveva" suggestivamente le imprese di Coppi e di Bartali, di Koblet e Kubler, di Magni e di Robic "testa di vetro" (cosí come, poco piú tardi, le voci inconfondibili di Nando Martellini e Sergio Zavoli). Solo allora ho visto folle adunarsi ad ascoltare la radio, in piazza, da altoparlanti innalzati fuori dai bar nei pomeriggi di Tour e di Giro. Forse non ho mai sentito "in diretta" il celebre e

epico «Un uomo, un uomo solo...», cosí come non avevo sentito l'implacabile e stentoreo «La guerra continua». Sono momenti cosí enormi di un amarcord nazionale e plurigenerazionale che bastano da soli a connotare storicamente la forza della radio, l'importanza che la radio ha avuto.
Cerco tra i miei libri un testo che mi aiuti a ritrovare nomi, a datare voci e canzoni, e non lo trovo. Esiste? Il poco che trovo è tecnico, o teorico, e se fa storia riguarda le origini, si ferma alla liberazione (come i due egregi volumi di Monteleone e di Monticone). E se i nomi di Roberto Forges Davanzati o Giovanni Ansaldo, di Alberto Giannini e di Mario Appelius qualcosa mi dicono, ignoro però le loro voci, non so collocarli e individuarli, alla pari di quelli delle prime presentatrici. Per i cantanti è diverso, hanno continuato anche dopo, sono stati riproposti anche dopo. L'epoca è cosí, per me, Rabagliati e il suo modesto sincopato, Gigli o Tagliavini e le loro romanze, il Trio Lescano coi loro tuli-tuli-tulipan, e quelle ripetutissime sigle delle grandi orchestre, cosí connotanti, di Fragna e Angelini, di Barzizza e Semprini, di Kramer e Anèpeta. È soprattutto "l'uccellino della radio" – stacco ossessivo di trilli e gorgheggi di cui, oggi, aprendo la radio, ancora mi stupisce che sia scomparso, volato chissà dove. Era lui il divo numero uno, la voce piú nota, era lui "la radio", il suo marchio, il suo emblema.
So, dai libri, dalle interviste, dagli sketch di Zavattini, dei Cico e Pallina della coppia Fellini-Masina, del colonnello Stevens. Ma ho pur fatto in tempo a sentire in diretta, e a riconoscere istantaneamente con un senso di vicinanza e calore, la voce ironica di un Fabrizi bonario conferenziere che commentava le piccole miserie del tempo di guerra (la borsa nera, gli sfollati, l'oscuramento, le tessere e i bollini, le code, i rifugi). Esordio fisso, col tono di uno che ne ha viste tante e tante ne deve ancora vedere, un "avete fatto cosa?", divenuto allora quasi proverbiale. E le canzoni di quegli anni (gli anni dell'occupazione tedesca) era, immancabile *Forse sarà la musica del mare*, che parlava di donne in attesa dei loro mariti sui fronti di guerra, cui replicava *Lontano, tutti abbiamo una casa*, che parlava della nostalgia dei combattenti per le loro famiglie e i loro amori. Poi arrivò il boogie, Glenn Miller a Chattanooga, *Io t'ho incontrata a Napoli* (ovvero gli amori dei G.I. per le "segnorine"), *Solo me ne vo per la città* (ovvero i reduci che non ritrovano la donna che avevano lasciato), *Monasterio 'e santa Chiara*, l'allegria delle sambe.
Decisamente la radio è soprattutto canzone, e le canzoni di un tempo avevano una durata, erano poco effimere, connotavano di piú una stagione o un periodo, passavano davvero da finestra a finestra e di paese in paese e si depositavano, non fosse che per l'insistenza della proposta radiofonica, nella memoria di tutti, anche dei piú refrattari. I divi della canzone non avevano troppo da invidiare a quelli del nostro cinema quanto a fama e successo. Sanremo fu probabilmente il culmine dell'ascolto radiofonico, prima che la televisione la strappasse alla radio, ma già allora, mi pare, la canzone era in qualche modo decaduta, continuava a far storia e costume ma senza quell'immediatezza coinvolgente e quell'indiretto, ma non poi tanto, riferimento a realtà collettive che fu degli anni dell'immediato dopoguerra.
Anche la rivista radiofonica, una delle grandi trovate del giovane mezzo, doveva languire, dopo aver dato frutti di notevole vivacità e di enorme fortuna. Era esplosa nel '34 con *I quattro moschettieri* di Nizza e Morbelli, che avevano scatenato la smania delle "figurine", e la caccia all'introvabile, contesissimo "feroce Saladino", e aveva imposto un genere squisitamente radiofonico, mescolanza abile di quasi tutti gli altri, e con appena un pizzico di retorica nazionalista (a danno degli inglesi, degli africani) pur tuttavia non grossolana e plateale. Era uno "spettacolo combinato" dove s'incrociavano le tecniche del feuilleton e del radiodramma (un genere che avrebbe potuto avere grandi sviluppi, e non li ha purtroppo avuti, e in cui si cimentarono dopo la guerra perfino Savinio e Pratolini), della rivista teatrale e del programma musicale, del blando umorismo del "Bertoldo" e del "Marc'Aurelio". L'aggancio alla serialità era ancora di stampo ottocentesco, ma distingueva nettamente questo tipo di rivista radiofonica da quelle, pur settimanali, di intrattenimento estemporaneo, senza filo né progressione.
Sul primo versante, quello inaugurato da Nizza e Morbelli, vennero piú tardi *La bisarca* con Billi e Riva, che incatenò sera per sera milioni di spettatori alla radio, subito dopo cena, e *Non è ver che sia l'inferno*. Sul secondo, si ebbero dozzine di programmi i piú celebri dei quali furono *Rosso e nero*, di Corrado e suo fratello Riccardo Mantoni, *Arcobaleno*, ecc. Fu questo il modello che la Tv copiò e continua a copiare, ovvio e semplice, piú varietà che rivista, reintroducendovi e spesso svilendovi tecniche e modi del varietà teatrale e dell'avanspettacolo.
Un terzo genere si affermò, nella piú democratica aura del dopoguerra ma già da prima annunciato: quello dell'intrattenimento delegato a un presentatore di taglia alle dirette prese col pubblico – coi volontari della scalata al successo (o del piccolo compiacimento esibizionista) e i volontari del quiz. Reduce dall'interpretazione dell'Aramis "gagà" che strappò a D'Artagnan il primato della fama tra *I quattro moschettieri*, Nunzio Filogamo condusse signorilmente («Cari amici vicini e lontani, buonaseva»), amatissimo dalle mamme per il suo gentile e desueto eloquio e per la sua inconfondibile erre blesa, *Il microfono è vostro*. Silvio Gigli, col suo piú veloce accento senese (si trattava già allora di inventare una lingua nazionale in un paese iperdialettale, e il toscano aveva ancora un forte ascendente, poi rapidamente perso a favore del "romano medio" imposto dal cinema) guidava – imitata da analoghi programmi statunitensi – *Botta e risposta*, e "domandine facili facili" ad ascoltatori convocati in studio, poiché la radio si era già diffusa enormemente, ma non ancora il telefono. E *Botta e risposta* fu il modello non dichiarato di *Lascia o raddoppia*, Silvio Gigli di Mike Bongiorno.
Si è ricordato Fabrizi, ma andrebbero ricordati molti altri familiari "divi" della radio degli anni '40 e '50, gli anni in cui la radio fu piú importante e ascoltata. La radio fece conoscere a tutti i divi della rivista – De Sica e Melnati del "dura minga" in licenza dalla Za-bum di Mattòli, Taranto e le sue macchiette di Pisano-Cioffi, Rascel e le sue insensate filastrocche, la Palumbo e la sua risata, Pina Renzi la bolognese, Riento l'abruzzese (un dimenticato artista di straordinaria riconoscibilità, il cafone in città, prototipo di una "ruralità" indisciplinata e comunque mobile), Dapporto scettico blu, la Osiris col suo *Sentimentaaal* parodiato all'infinito, la coppia Chiari-Campanini, e dozzine d'altri maggiori e minori – ma soprattutto impose i *suoi* divi. Certo ne dimentico molti, ma come non citare le macchiette ricorrenti e gradevolissime, originali e spiritose di Franco Parenti (Anacleto il gasista), di Enrico Luzi (il rompiscatole che esordiva nei suoi tormentoni con «Scusi, lei ce l'ha il crick?»), di Dario Fo (il «poer nano» milanese), di Franco Sportelli («Acqua e anice, e fotografie di Silvana Pampanini in pose diverse!»), di Febo Conti e Liliana Feldmann («Siamo Febo, Liliana e grancassa!»), di Franca Valeri («La signorina snob»), di Fausto Tommei ((«Fortunello» ecc.), e poi di Franco Scandurra, Giselle Sofio, Carlo Croccolo, Diana Dei (la "spalla" scatenata di Billi e Riva), e tanti altri ancora?
Nati, spesso, in un clima piú liberale, e poi

addomesticati da quello piú timorato degli anni del centrismo, e fu esemplare il percorso di "Anacleto il gasista" da eterno scontento e contestatore senza peli sulla lingua a piú pacioso brontolone, ebbero il merito di offrire il primo momento di grande fama a ottimi attori, spesso ricuperati dal cinema e dal teatro, non solo di rivista. D'altronde lo scambio avveniva regolarmente, tra cinema, teatro, canzone, radio, e giornali umoristici (che offrivano sceneggiatori che si chiamavano Scarnicci e Tarabusi, Metz e Marchesi, Amendola e Corbucci, Age e Scarpelli, Maccari e Scola, Steno e Monicelli, Castellano e Pipolo...), e se il grande successo veniva dal cinema, il medium piú influente sull'immaginario del pubblico, tuttavia il cinema si servì assiduamente anche della radio e alla radio dedicò pure qualche film – *Solo per te, Lucia, Il microfono è vostro* – o trasformò in rivista cinematografica molto teatrale trasmissioni radiofoniche come *Botta e risposta* o *La bisarca*. Piú ancora che al teatro o al cinema, la sua prima vera e grande affermazione un attore come Alberto Sordi la deve proprio alla radio, e ai suoi impagabili personaggi del "compagnuccio della parrocchietta" (in film: *Mamma mia, che impressione!*), di "Mario Pio", del "Conte Claro", e del "Signor Dice" (quello del "coso") scritto assieme a Fiorenzo Fiorentini, colonna di Radio Roma.

Non c'erano, è ovvio, solo le voci degli attori comici a "sfondare", anche se per un certo periodo, il primo decennio del dopoguerra, contesero il primato a cantanti che si chiamavano Togliani e Pizzi, Latilla e Ranieri, Villa e Tajoli, e anche, ancora, Rabagliati e Otto, Carboni e Spadaro o Quartetto Cetra. Dimentico quelle monocordi e ufficiali dei giornali radio, commosse quando si parla di morti e alluvioni, frizzanti quando la notizia è allegra, sacrali quando è in ballo la chiesa, che danno la fastidiosa impressione di non essere mai cambiate dal 1924 a oggi (con l'unica, grande eccezione di Ruggero Orlando), ma come dimenticare quella forse piú nota di tutte, del giornalista sportivo Nicolò Carosio? Le grandi partite nazionali e internazionali avevano un altro sapore, e un'altra risonanza, quando descritte da lui, maestro di un'epica infiammante retorica ma di uno straordinario dinamismo. A quella voce veniva fatto di sovrapporre le fattezze ipervirili di un Nazzari, di un Giachetti: un po' "divo di regime" anche Carosio, e non solo nel ventennio, e un tantino razzista (la "perfida Albione", i "negracci"), ma certamente competente e efficace. Solo Ferretti, ai Giri e ai Tour, poteva fargli concorrenza senza tuttavia batterlo in popolarità. E le partite e le corse erano piú belle sentite dalla loro voce di quanto non siano oggi viste in televisione, lasciavano posto all'immaginazione e dilatavano, accrescevano la tensione. Per un adolescente degli anni '30, '40, '50, dall'Iliade ai derby e alle tappe piú pericolose, il passo era breve.

Altre voci ancora andrebbero ricordate, pur se non raggiunsero questa notorietà e questa trascinante immedesimazione col mezzo: quelle degli attori di prosa, ma proprio radiofonici, proprio affidate al solo etere e non richiamanti gente in definite sembianze, teatranti già noti o stranoti come i Ricci o i Ruggeri, i Falconi o le Merlini. Tre ne ricordo, e mi dispiace non identificarne altre: Guido Notari, Carlo Romano, Arnoldo Foà – piccoli divi di quel teatro della sera oggi quasi totalmente in disuso, ed è peccato. Il "teatro dei ciechi", lo si chiamava scherzando, ma quanti non hanno scoperto il teatro e i suoi grandi classici, oltre alle gradevoli sciocchezze tipo De Benedetti e Tieri, proprio grazie alla radio. E che dire infine di quella voce appena sussurata di Sergio Zavoli nello stupendo documentario radiofonico *Clausura*, che non a caso vinse il Premio Italia a Venezia nel 1958.

Venne la televisione, prima ancora della Seicento, e tutto cambiò. Non piú altoparlanti in piazza a radunar gente per la tappa, ma piccole folle nei bar, la sera, per seguire Sanremo, *Lascia o raddoppia*, i vecchi film. Annuncio di quel boom che doveva radicalmente cambiare faccia, mente e cuore del nostro paese, la Tv sconfisse velocemente la radio, che sembrò languire per piú di un decennio, incapace di grandi rinnovamenti, e stancamente accettante la superiorità tecnologica della figlia e rivale. Del divismo radiofonico ci si dimenticò. Cresciuti, cercavamo alla radio le ultime notizie, negli anni di Tambroni come poi nell'autunno caldo o nei confusi e spesso terribili anni '70. O vi cercavamo musica, ma allora solo quella classica, perché l'altra – da Dylan al rock – vi trovava poco e insignificante spazio.

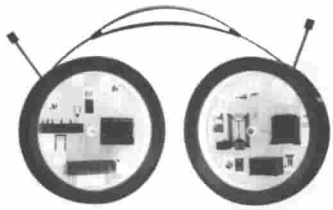
I tempi cambiavano velocemente, affannosamente, e la radio ne restava in qualche modo tagliata fuori, se ne teneva fuori. Non accettava la sfida, preferiva scendere sul campo della concorrenza, non solo nei confronti della televisione, ma anche, nei primi '70, in quelli delle radio libere. Non propose e non ebbe piú divi, e cioè autonomia e vivacità di proposte, fino a quando non decise di agguerrirsi anche lei, di non accettare supinamente, dopo quello impostole dalla Tv, anche il ridimensionamento cui la stavano costringendo anche le radio locali, un fenomeno inedito e imprevisto ad affrontare il quale la Rai era del tutto impreparata, fiduciosa com'era nell'intoccabilità del suo monopolio. Risvegliatasi, ottenne il suo maggior successo imparando dalle radio libere e battendole sul loro terreno, contrapponendogli non solo la sua forza organizzativa e la sua esperienza tecnica e professionale pluridecennale ma anche un'inventiva adeguata al pubblico dei piú giovani.

Lo fece con un programma, *Alto gradimento* di Arbore e Boncompagni, che creò un nuovo divo, forse l'ultimo che ha goduto di una fama simile a quelli di un tempo, in Renzo Arbore. Nasceva una comicità "demenziale", specificamente radiofonica, che aveva qualche incerto antesignano proprio nella radio (per esempio, il piccolo feuilleton di Quadri che si chiamava, se non sbaglio, *My Name is Tarzan*). A una trasmissione come *Alto gradimento* le radio libere con la loro pastrocchiona seriosità e il loro diluvio di chiacchiere, non avevano molto da contrapporre. Il dilagare di chiacchiere invase, ahimé, anche i programmi nazionali, e non ha cessato di invaderli, ma alla lunga è stato anch'esso costretto in alvei piú limitati e perfino la musica cosiddetta giovanile ha conquistato un suo spazio piú "professionale" e *à la page* con *Un certo discorso*. Anche tra gli intrattenitori, non demenziali è nato, almeno per un certo arco di mesi, qualche nuovo "divo", come il Gregoretti di *Il teatrino di casa mia*, per esempio.

La radio ha riconquistato un suo spazio, una sua necessità. È uno spazio, condizionato e limitato, ma c'è. L'importante è farne buon uso, e se i nomi che vengono in mente sono pochi (eppure io ascolto molto la radio, ascolto piú radio di quanto non veda televisione o vada al cinema) vuol dire che c'è ancora molto da fare. E forse, chissà, che è piú per disperazione che per entusiasmo che tanti come me sono tornati a sentire la radio.

Il trio Lescano sulla copertina di un "Canzoniere".

C. Angelini e P. Barzizza, i due piú celebri direttori d'orchestra di musica leggera della Radio.



PAOLO MURIALDI

IL MONDO IN OGNI CASA: UN NUOVO GENERE DI GIORNALISMO

Per tracciare un sintetico ritratto della nascita e dell'evoluzione del giornalismo radiofonico in Italia nei sessant'anni di vita della radio, non si può procedere che circoscrivendo il campo di osservazione ai suoi prodotti piú specifici (giornali radio, radiocronache e altri programmi di informazione politica) e individuando i punti di svolta e le caratterizzazioni piú salienti.
I punti di svolta (fondamentale, tra questi, il passaggio dalla dittatura alla democrazia) e le novità, che modificano un genere tutto particolare di giornalismo, appaiono i criteri piú pertinenti per periodizzare il sessantennio.
Sulla base di tali criteri, si possono delineare quattro fasi. La prima va dalle origini del «Giornale Radio» all'ascolto di massa, che coincide con la conquista dell'Etiopia. La "guerra delle onde", nel corso del secondo conflitto mondiale, è l'aspetto caratterizzante della fase successiva nella quale la diffusione della radio cresce notevolmente.
La terza fase comprende quel decennio che corre fra il ritorno della libertà e l'affermarsi del giornalismo televisivo. L'ultima fase è quella della coesistenza – poco pacifica, naturalmente – tra la radio (prima soltanto pubblica e poi anche di matrice privata) e la televisione.

1. *Dalle origini all'ascolto di massa*

Durante la gestione dell'Uri (1924-1927) vengono diffuse "Comunicazioni governative" (due ore giornaliere riservate per Convenzione) e discorsi di Mussolini. La soppressione della libertà di stampa, dopo il delitto Matteotti, si fa sentire anche sulla radiofonia. Un fatto emblematico: dall'ottobre del '26, l'Uri trasmetterà ogni sera un sommario delle corrispondenze, nazionali e dall'estero, pubblicato nel "Popolo d'Italia" il giorno seguente.
L'impegno nella costruzione della rete (alla Stazione iniziale di Roma si aggiungono quelle di Milano e di Napoli) si traduce in un volume di trasmissioni che, pari a 1639 ore nel 1925, si è già triplicato, con 5110 ore, nel 1927. Nello stesso periodo, l'informazione radiofonica passa da 218 ore (13,3% del totale) a 597 ore (11,7%).
Nel decennio 1928-1938, con il passaggio dall'Uri all'Eiar, si rafforzano i vincoli tra il potere e lo strumento radiofonico. L'informazione decolla: 1438 ore (23,2% del totale) nel 1928, 2036 ore (20,6%) nel 1938. Il primo embrione del «Giornale Radio», diretto da Pio Casali, nasce nel 1929, quattro anni dopo l'avvio del servizio radiofonico, quando Mussolini è ormai saldo in sella. Lo sviluppo dell'ascolto è abbastanza rapido, compatibilmente con la diffusione e il perfezionamento degli apparecchi riceventi. Gli abbonati all'Eiar sono 111.916 nel 1929 e 438.733 nel 1934; ma alla vigilia della guerra sono ben 1.375.205. Le edizioni giornaliere sono molte fin dai primi anni: cinque e poi sei. Durano intorno ai 15 minuti e non poche volte arrivano a 30 minuti. Vi figurano i principali avvenimenti di attualità, le opere realizzate dal Regime, notizie riguardanti personalità di rilievo e annunci pubblici. Le due edizioni piú seguite sono, naturalmente, quella delle 13 e quella delle 20.
Ma la subordinazione del «Giornale Radio» al regime è totale, piú ferrea di quella della stampa quotidiana perché si estende anche ad aspetti professionali. Il «Giornale Radio» poteva essere compilato soltanto con i dispacci della "Stefani", l'agenzia ufficiale, e con notizie riprese dai quotidiani. Questa disposizione spiega perché tra le migliaia di "veline", sfornate dagli organismi via via creati dal fascismo per controllare e manipolare informazioni e commenti, siano pochissime quelle destinate esclusivamente al «Giornale Radio». Un altro segno, minore ma inequivocabile, di subordinazione professionale è che il giornalismo radiofonico non è ammesso all'albo dei giornalisti professionisti, creato dal regime,

al quale possono accedere soltanto coloro che lavorano nella stampa quotidiana.
Uno dei motivi (non certo secondario, ma ben presente nel servizio radiofonico e poi anche in quello televisivo, molto sfruttato dal potere) del diverso trattamento fra stampa e giornali radio è che il nuovo *medium* arriva a tutti e non a un pubblico selezionato. Per alcuni anni, infatti, i notiziari dell'Eiar sono tra i piú poveri d'Europa. Ma con la svolta degli anni '30, si estende la rete degli inviati e dei corrispondenti.
Nel marzo del '28 viene trasmessa la prima radiocronaca di calcio (Italia-Ungheria a Roma, affidata al giornalista Sabelli); nell'estate dello stesso anno l'Eiar segue i giochi olimpici che si svolgono ad Amsterdam. Il 2 febbraio 1930 la radiocronaca del matrimonio del principe Umberto di Savoia con Maria José. Al 1° gennaio 1933 risale la "prima volta" di Nicolò Carosio con Italia-Germania dal Littoriale di Bologna. L'inimitabile voce commenterà, in seguito, tra l'altro, i due mondiali di calcio vinti dalla nostra Nazionale nel 1934 e nel 1938.
Nonostante tutti i condizionamenti, con l'avvento di un mezzo di comunicazione realmente di massa come la radio (e della cui potenzialità Mussolini si rende conto dopo la nota diffidenza iniziale) nasce anche in Italia un nuovo tipo di giornalismo che, in certo qual modo, risponde alle caratteristiche del mezzo stesso.
È un giornalismo fatto, per un verso, con notizie brevi, scritte in un linguaggio semplice, accessibile a strati sociali che la stampa quotidiana non raggiunge. Secondo un giornalista dell'Eiar, Franco Cremascoli, le notizie trasmesse per radio dovevano essere "brevi, banali ed esatte". Dall'altro verso, il giornalismo radiofonico si caratterizza in misura crescente con le radiocronache che sfruttano le potenzialità del mezzo (accresciute, per le esibizioni del duce, dagli ascolti di massa organizzati) e con quei commenti politici, chiamati all'inizio "Commenti ai fatti del giorno" che diventano l'appendice del «Giornale Radio» delle ore 20.
Su tutto, naturalmente, domina una propaganda fatta di manipolazioni, di stile oratorio (lo devono adottare anche gli *speakers* che leggono i notiziari) e di enfasi, cui non sfuggono neppure le radiocronache sportive.
Resta, comunque, il fatto – rilevato con accenti diversi dagli studiosi della radio fascista – che l'ascolto dei programmi informativi è molto alto e che, sotto la pesante coltre politico-ideologica e propagandistica, si scorgono esempi di buon livello giornalistico in molte radiocronache.
Una data significativa per il giornalismo politico è il 27 novembre 1933, che vede la nascita della rubrica "Cronache del regime". Condotta dal napoletano Roberto Forges Davanzati rappresenterà per anni una *leadership* d'opinione.
Sempre in questo periodo il regime, coinvolto sul piano internazionale e preso da vocazione coloniale, avvia la serie dei servizi radiofonici per l'estero. Le destinazioni spaziano dal Bacino del Mediterraneo all'Africa Orientale, dall'America del Nord all'America Latina, all'Estremo Oriente.
Dall'inizio del 1936 la direzione e la redazione dei giornali radio vengono concentrate a Roma e la trasmissione avviene a reti unificate. Il tempo riservato ai programmi informativi (radiocronache comprese) è raddoppiato. Rappresenta il 20% dell'intera programmazione.
In questa fase del maggior consenso realizzato da Mussolini, la radio diventa "l'aedo senza fili" del regime, come ha scritto lo storico Alessandro Galante Garrone, e si rivela una componente essenziale e indispensabile delle manifestazioni fasciste.

2. *La "guerra delle onde"*

Nel periodo successivo alla proclamazione dell'Impero scarse e di poco rilievo sono le novità del giornalismo radiofonico rispetto a quelle avviate e consolidate negli anni precedenti. C'è – lo abbiamo già notato – un forte aumento degli abbonati e dell'ascolto. Il «Giornale Radio» costituisce per i molti italiani, che non leggono i quotidiani, l'unico mezzo per conoscere le notizie politiche e quelle di cronaca (esclusa quella "nera", assai ridotta anche sulla stampa).
Interessanti, al riguardo, sono i dati del referendum a premi indetto dall'Eiar nel 1939 tra gli abbonati, che superano ormai nettamente il milione. Il «Giornale Radio» risulta la trasmissione piú ascoltata. Le risposte favorevoli raggiungono il 97%, mentre i "sí" ai commenti ai fatti del giorno risultano l'85%. C'è una differenza, tra i due dati, assai eloquente.
Frattanto, nelle vicende del giornalismo radiofonico acquista rilievo crescente, su tutto lo scacchiere europeo, un impiego particolare della radio come strumento di lotta ideologica durante il conflitto spagnolo e come mezzo efficace di informazione e di propaganda nel corso della seconda guerra mondiale.
Il regime fascista, come si sa, perde la "guerra delle onde". I responsabili dell'informazione e della propaganda non sono capaci o non sono in grado di cambiarne i modelli. Il sistema è rigido e ormai si rivela rozzo. L'Eiar è impastoiata in una specie di militarizzazione e la censura dei comandi militari, e quella del Ministero della cultura popolare, lasciano scarsissimi spazi ai corrispondenti di guerra. Alle poche radiocronache che mostrano anche una certa dignità professionale ne corrispondono molte, retoriche e reticenti. I notiziari sono sempre piú manipolati e, quando le cose vanno meglio, diventano magniloquenti. Le invettive e la debolezza delle argomentazioni caratterizzano i commenti serali.
Già sul finire del 1940, quando l'andamento della guerra è tanto lontano dall'immagine che ne aveva dato la propaganda pochi mesi prima, il «Giornale Radio» perde credibilità. Per contro, l'ascolto clandestino di Radio Londra e di altre emittenti nemiche cresce sempre di piú, e diventa di massa.
Questi anni sono marcati da eventi che investono e mutano l'assetto politico del Paese: firma del Patto d'acciaio (la radiocronaca è trasmessa da Franco Cremascoli) e scoppio della seconda guerra mondiale, ingresso dell'Italia nelle ostilità e Patto tripartito, Campagna balcanica e vertice del Brennero, dichiarazione di guerra all'Urss e agli Stati Uniti. Poi, in drammatica successione, la fine del nostro colonialismo e lo sbarco anglo-americano in Sicilia, la caduta del fascismo e l'8 settembre 1943.
Si costituisce il Centro Radio Guerra che, sotto il controllo della Direzione propaganda del Minculpop, cura la diffusione delle notizie sulle operazioni militari. Un ruolo preminente svolgono le trasmissioni di guerra e a sfondo sociale che, in forme di contenitore, propongono spazi informativi. Si ricordano, tra le altre, "Notizie da casa", "Radio Igea", "La radio del combattente". Del gennaio 1939 è il primo servizio "in voce" di Ruggero Orlando, corrispondente da Londra a partire dal novembre '38. Durante la guerra si segnalano, per l'originalità nell'uso del mezzo, i documentari radiofonici di Franco Cremascoli e Vittorio Veltroni ("Bombardamento veloce", "Sommergibili in agguato", "La protezione contrarea"), che già nel '38 si erano segnalati in una famosa radiocronaca per la fondazione di Carbonia. Tra gli inviati dai vari fronti: Antonio Piccone Stella, Antonio Foschini, Pietro Zuccari. La rubrica "Commenti ai fatti del giorno" (sospesa dall'ottobre '39 al giugno '40) riprende con uomini di fiducia del regime come Aldo Valori, Ezio Maria Gray, Ugo D'Andrea, affiancati da Giovanni Ansaldo e Rino Alessi; l'anno dopo,

tra i commentatori piú seguiti, ci sarà Mario Appelius.
Ore 13.00 del 6 giugno 1944: Radio Roma annuncia l'avvenuta liberazione dell'emittente, passata sotto il controllo del Pwb. Riaffluiscono nella capitale giornalisti e programmisti che, fuggiti dopo l'8 settembre, avevano in parte lavorato nelle radio del Regno del Sud. Radio Bari, "The United Nations Radio", come l'avevano chiamata gli anglosassoni, fu la piú popolare. Dall'emittente di via Putignani nacque "Italia Combatte", una trasmissione diretta ai partigiani del Nord, redatta in accordo con le direttive del quartier generale dal generale Alexander. Le radio del Pwb furono la vera fucina del giornalismo radiofonico del dopoguerra. Da Antonio Piccone Stella a Pio Ambrogetti, da Diego Calcagno a Jader Jacobelli (per non parlare di "collaboratori" come Mario Soldati, Steno, Arnoldo Foà, Alba De Céspedes, Alberto Moravia, Leo Longanesi), una intera generazione di giornalisti fu formata in quel tempo. A Radio Napoli cominciano in quel tempo a fare le loro prime esperienze Franco Rosi, Giuseppe Patroni Griffi, Antonio Ghirelli. "Stella bianca" la rubrica piú famosa.
In agosto gli alleati liberano Firenze: nell'occasione, Victor De Sanctis e Amerigo Gomez registrano (con un "portatile" costruito dal primo) la drammatica radiocronaca degli scontri con i tedeschi in ritirata. Il 26 ottobre 1944 l'Eiar muta la denominazione sociale in Rai-Radio Audizioni Italia. Dopo un regime commissariale, dal dicembre '45 si ricostituisce l'unità dell'Azienda.

3. *Dal ritorno della libertà all'avvento della Tv*

Dopoguerra, ricostruzione. A seguito del Referendum istituzionale (la radio impegnata a livello sia nazionale sia regionale), il 2 giugno 1946 nasce la Repubblica. Durante la campagna elettorale, 604 oratori si erano succeduti al microfono per complessive 151 ore di trasmissione.
Per l'insediamento della Costituente hanno inizio, con "Oggi a Montecitorio", le trasmissioni parlamentari a cura di Jader Jacobelli. Nell'attualità, puntualmente coperta dalle trasmissioni giornalistiche, si avvicendano eventi interni (Governo De Gasperi, primo Parlamento, – con Luca Di Schiena che registra le impressioni dei votanti –, attentato a Togliatti, sciagura di Superga, l'alluvione del Polesine) e internazionali (Trattato di pace, Patto atlantico, guerra di Corea, crisi di Suez).
Fin dall'inizio, la ricostruzione si traduce nell'offerta di due programmi nazionali a onda media: Rete Rossa e Rete Azzurra.
La redazione di Milano diede vita ai primi esperimenti di notiziari radiofonici agili e disinvolti: "Gazzettino Lombardo" e "Gazzettino Padano" che furono il modello dei "gazzettini" regionali.
Nelle redazioni sono entrati giovani provenienti dai partiti e dai movimenti che hanno fatto la lotta di liberazione. Ma soltanto una parte di loro rimane alla Rai dopo la fine dell'influenza dei Comitati di liberazione nazionale e la conferma che la Rai dipende sostanzialmente dal potere esecutivo. Inoltre, in quel momento, la carta stampata attira di piú gli aspiranti giornalisti.
Il giornalismo radiofonico resta, infatti, e per piú di un motivo, in secondo piano rispetto a quello stampato. Parecchie ragioni ostacolano il rinnovamento strutturale e ideativo dell'azienda. Alcune riguardano specificamente l'attività informativa: le spinte centralizzatrici e stataliste che non sono venute mai meno; le già citate resistenze ai cambiamenti da parte dei dirigenti e dei funzionari Eiar rimasti quasi tutti al loro posto; l'ufficiosità e la cautela che sfruttano, *ad abundantiam*, le particolari responsabilità connesse a un servizio pubblico che deve produrre informazione, cultura e intrattenimento; l'errore di sottovalutazione dell'importanza della radio da parte delle forze di sinistra, ben compresa, invece, dal mondo politico cattolico. La netta contrapposizione che si apre nello schieramento dei partiti e il clima della "guerra fredda" fanno il resto. D'altra parte, non va dimenticato che un conformismo piuttosto diffuso e la logica degli schieramenti contrapposti caratterizzano i quotidiani cosiddetti "indipendenti". Dovunque le esigenze della propaganda sono piú forti dei doveri dell'informazione: da una parte e dall'altra.
Non appena la ricostruzione degli impianti e delle attrezzature devastate dalla guerra è arrivata a un buon punto, le spinte accentratrici si fanno sentire nel settore informativo della Rai. Nel febbraio 1947 la redazione dei giornali radio viene accentrata a Roma. La direzione è affidata ad Antonio Piccone Stella.
Il 3 aprile 1947 la Rai riorganizza il «Giornale Radio» che ingloba, oltre ai notiziari, tutte le "trasmissioni parlate": radiocronache, servizi di attualità, conversazioni, e altri programmi culturali. Nascono anche i "Notiziari locali", diffusi alle ore 14.00. A fine anno le trasmissioni, complessivamente pari a 8372 ore, contavano 1785 ore di informazione (21,3%). Nel 1953, su un totale di 11.196 ore, l'informazione inciderà per 2219 ore (19,8%).
Programmi come "Voci dal mondo", "Dibattito", "Domenica sport" cominciano a connotare la nuova immagine del giornalismo radiofonico. E, inoltre, "Arcobaleno", il settimanale di attualità di Vittorio Veltroni, con speaker Arnolfo Foà. Dai microfoni della Rai sono diffusi documentari e inchieste di Angioletti e Pedoja, Giacomo Antonini e Antonello Marescalchi, Sergio Zavoli, Mario Ortensi, Aldo Salvo, Roberto Costa, Emilio Pozzi. Si formano, inoltre, nuovi radiocronisti, che si sarebbero poi specializzati nello sport, come Enrico Ameri, Nando Martellini, Paolo Valenti.
Nel 1951 il palinsesto viene articolato in tre programmi differenziati: Nazionale, Secondo e Terzo. La riforma è accompagnata e seguita da iniziative come "Radiosera" (la redazione, guidata da Italo Neri, comprende Carlo Bonciani, Ugo Martegani, Marcello Modugno, Massimo Rendina, Federico Zardi), "Ciak" (a cura di Lello Bersani), "Notturno dall'Italia", "Il giornale del Terzo".
L'anno successivo, una Convenzione con lo Stato concede alla Rai l'esclusiva, per vent'anni, dei servizi sia radiofonici sia televisivi. Il 12 febbraio 1952 entra in funzione il "Giornale Radio telefonico". Nel 1953, il documentario "Notturno a Cnosso" di Gian Battista Angioletti e Sergio Zavoli vince il Premio della Federazione Stampa Italiana, nell'ambito del Prix Italia.
Ma questi adeguamenti non influiscono che in minima parte sull'impostazione generale del servizio informativo della Rai. Certo, i giornali radio danno per primi le notizie e i principali – quelli del mattino presto, delle 13 e delle 20 – sono molto seguiti. I radioascoltatori sono in costante aumento: gli abbonati, nel 1952, salgono a 4 milioni e 228 mila.
Le interviste, e alcune trasmissioni in diretta, portano nelle case degli italiani la voce dei protagonisti della lotta politica. Le radiocronache descrivono fatti di attualità (istituzionale e culturale, soprattutto). L'intraprendenza di alcuni radiocronisti, che girano le città portandosi dietro i primi registratori, riesce a dare smalto alle trasmissioni. Ma il tutto appare privo di grande respiro ed è circonfuso di cautele e conformismo. I generi del giornalismo radiofonico che appaiono i piú vivaci e interessanti sono i documentari e i dibattiti. Tra questi ultimi il piú seguito è il "Convegno dei cinque" (tra i moderatori: Umberto Calosso, Arturo Carlo Jemolo, Edoardo Anton).

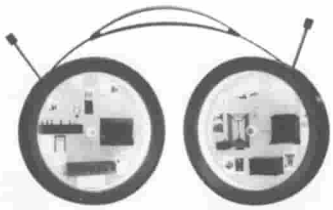
4. *La radio nell'era della tv*

Il via ufficiale dei programmi televisivi avviene il 1° gennaio 1954 ma occorrono due anni perché possano essere ricevuti, potenzialmente, in tutta la penisola. Politicamente è un periodo molto teso e l'informazione Rai, a cominciare da quella radiofonica ancora preponderante, viene accusata di parzialità e di faziosità dalle opposizioni di sinistra.
L'informazione passa da 2261 ore (19,8% del totale) nel 1954, a 2682 ore (16,5%) nel 1963, fino alle 2612 ore (14,6%) nel 1973.
L'offerta radiofonica sceglie, tra le soluzioni di ammodernamento, quella della tempestività: è il caso delle notizie "In questo momento", "Tutto il calcio minuto per minuto" (Roberto Bortoluzzi pilota dei collegamenti), "Ponte radio" (a cura di Sergio Giubilo), "Tutte le campane" (curata inizialmente da Nanni Saba), "Telescopio", "La Giraffa", "Mondorama". Il documentario "Clausura" di Zavoli vince il Premio Italia '58, mentre il lavoro stereofonico "Napoli: ascolto di una città" di Mario Pogliotti e Ennio Mastrostefano guadagna l'edizione del '62.
Per le Olimpiadi di Roma del 1960, la radio assicura 94 ore di trasmissioni e 279 collegamenti. Nello stesso anno è avviata "Tribuna elettorale" (primo moderatore Gianni Granzotto, che si alternerà in seguito a Giorgio Vecchietti, Jader Jacobelli, Luca Di Schiena e altri); nel '61 è la volta di "Tribuna politica".
Nel 1963 le edizioni giornaliere del Gr sono diventate 26 contro le 12 di dieci anni prima. E l'aumento dei "Gazzettini" regionali rappresenta soltanto un piccolo correttivo che non basterà ad arginare la marea montante delle radio private con la loro informazione locale.
Nel 1967 una riforma della programmazione, che ha per protagonista Leone Piccioni, tende a rendere la radio un «mezzo di svago e di informazione adeguato alle mutate abitudini di ascolto». Sul piano giornalistico si segnala l'aumento delle edizioni del Giornale radio che passano da 26 a 32. Tra le successive innovazioni: la ristrutturazione dei "Gazzettini regionali", "Il giovedí" (settimanale in ponteradio), "Speciale Gr" ideato da Domenico Giordano Zir (interventi monografici a cura delle Redazioni centrali in collaborazione con le Sedi), "L'Italia che lavora", inoltre "Tribuna popolare" e "Tribuna regionale" (entrambe a cura di Jader Jacobelli).
Fino a quando il Tg è soltanto serale i Gr restano padroni sia della fascia del primo mattino sia di quella di metà giornata. Poi perderanno l'esclusiva di questa seconda fascia. Inoltre, le emittenti private, all'inizio scarsamente professionali e talvolta rozze ma spigliate e aggressive, finiscono per determinare il calo piú marcato dell'ascolto dei programmi radiofonici della Rai.
Nello stesso tempo, però, una serie di fatti contribuisce a migliorare le condizioni in cui operano i giornalisti della radio pubblica. Oltre alla già ricordata concorrenza dell'informazione svolta dalle private, soprattutto tra i giovani utenti, i fattori principali del mutamento sono i grandi sommovimenti politico sociali, che coinvolgono anche la categoria dei giornalisti, le spinte per la riforma della Rai e la riforma stessa.
La legge del 1975, come è noto, presenta il grosso limite di essere stata concepita come se il monopolio dovesse durare a lungo; inoltre ha avuto un'applicazione parziale e, in certi casi, distorta. Le strutture ideate dalla legge si rivelano delle gabbie che ostacolano la flessibilità di cui avrebbe bisogno l'informazione radiofonica. Tuttavia, l'autonomia dei Tg e dei Gr, e dei giornalisti che vi lavorano, comincia a manifestarsi o aumenta considerevolmente.
I Gr restano i signori della fascia di primo mattino e la loro ampiezza rinsalda questa posizione. È elevato il numero degli utenti che si serve dei Gr principali, in onda tra le 7 e le 8.30, per avere un panorama dei fatti del giorno precedente e della giornata che sta per incominciare.
Giova, inoltre, al giornalismo radiofonico il fatto che i mezzi di comunicazione di massa diventino sempre di piú tramiti dell'attività politica. Accade spesso che un «Giornale Radio» del servizio pubblico e le emittenti private piú organizzate, attraverso brevi interviste successive, si inseriscano attivamente, e con una tempestività che altri mezzi non hanno, nello sviluppo di un fatto o di un problema di attualità.
Nascono in questi anni: "Controvoce", "Edicola del Gr1", "Prima pagina", "Succede in Italia", "Gr3 cultura", "Quadrante internazionale", "Gr2 economia". La Rai testimonia la propria funzione pubblica in emergenze come i terremoti del Friuli e dell'Irpinia, il caso Moro, l'attentato al papa; o con iniziative di servizi quali "Onda verde" e le trasmissioni in collaborazione con enti radiofonici esteri (le elezioni del Parlamento europeo). L'attualità abbraccia, per mezzo della radio, anche momenti particolarmente esaltanti, come il Nobel a Montale, il contatto del presidente Pertini con la gente, il Mundial di Spagna, i viaggi di Giovanni Paolo II...
Nel novembre '82 si assiste al rilancio della radiofonia con i nuovi canali stereofonici a modulazione di frequenza ("Raistereouno", "Raistereodue", "Raistereonotte") impostati su musica e notizie. Nel 1983 l'informazione radiofonica si sviluppa per 3291 ore, corrispondenti al 17,4% del totale. Infine, – ma è ormai cronaca recente – le Olimpiadi di Los Angeles riempiono ben 108 ore di trasmissioni, con 94 collegamenti radio. Il giornalismo radiofonico resta all'altezza del suo passato.

Quattro dei più noti radio-giornalisti del dopoguerra: N. Martellini, V. Veltroni, M. Ortensi, L. Bersani.

Lo sviluppo delle tecniche di registrazione favorisce, nel dopoguerra, l'emergere di una nuova generazione di giornalisti e di un nuovo modello di giornalismo alla radio. È il tempo delle interviste in presa diretta e dei radiodocumentari.

Il radiocronista Roberto Costa, percorrendo in bicicletta le vie di Milano, usa un ricetrasmettitore portatile per una radiocronaca sperimentale.



ADRIANO SERONI
UN GRANDE CONTENITORE CULTURALE

Non è facile descrivere oggi, a distanza di tanti anni, quella vera e propria *escalation* di popolarità e diffusione di massa che caratterizzò la radiofonia nelle varie tappe della liberazione del Paese, negli anni '44-'45, da Napoli a Roma a Firenze, fino alla Milano del 25 aprile. E non fu solo la sete di notizie che naturalmente ebbe a caratterizzare l'ascolto radiofonico; – il fenomeno che oggi preme rilevare fu costituito dalla quantità e qualità di messaggi culturali che la radio seppe esprimere in quegli anni e che segnò un carattere dell'emissione destinato a continuare e svilupparsi in seguito fino all'avvento della televisione.
Chi scrive ricorda ancora che i personaggi che per primi entrarono negli studi, riattati alla meglio, di Radio Firenze nell'agosto del '44, dopo la liberazione della città, si chiamavano Umberto Saba, Eugenio Montale, Piero Calamandrei, Carlo Levi. Erano voci che si aggiungevano a quelle che già si erano ascoltate, prima in clandestinità poi diffuse piú ampiamente, da Napoli e da Roma. Era già nata quella fortunatissima rubrica "Scrittori al microfono" che per anni tenne vivo il dibattito sulla letteratura e sul rapporto letteratura/società, sulla situazione dello scrittore, sulla funzione dell'intellettuale: situazione "pessima", scriverà nel '51 Alberto Savinio invitato a scrivere un pezzo sull'argomento; che «potrebbe migliorare un poco se la Radio tirasse su il compenso. Ma 15.000 lire oggigiorno!»; "grazie dell'invito" – scriveva Arnaldo Bocelli; «preparerò la risposta all'inchiesta sulla situazione dello scrittore (Bella situazione davvero, ogni giorno piú!)». E «di quale situazione si tratta» aggiungeva Moravia – «morale, materiale, politica, ecc. ecc?». E Corrado Alvaro prometteva anticipazioni da «un libro di appunti che tengo da oltre vent'anni».
Era cresciuta, insomma, una consuetudine, si era creato un rapporto fattivo fra la radio e gli scrittori, che è da segnare come uno dei momenti piú interessanti della civiltà letteraria italiana negli anni del dopoguerra. È un clima, questo, da tener ben presente se si vuol comprendere come poi nascesse quel raro prontuario su «come scrivere per la radio» che Carlo Emilio Gadda, per qualche tempo alla redazione dei programmi culturali radiofonici, stilò per i collaboratori e che, ristampato recentemente, ha sollevato tanto interesse e curiosità.
Sul finire dell'anno '44 era nato anche alla radio il primo rotocalco letterario italiano: si chiamò "L'Approdo" (il titolo significava il raggiungimento della riva della salvezza dopo tante tempeste e tanto travaglio) e se nacque alla garibaldina inventato da chi scrive queste note, doveva crescere e prolungare la sua azione nel tempo, arricchendosi di pubblicazioni a stampa, la cui importanza – non ancora adeguatamente valutata – recentemente Gianfranco Contini ebbe a rilevare in una sua intervista.
Ma non solo di letteratura si trattò: usciti dal regime, la gente voleva sapere, voleva conoscere: dalle nuove conquiste della scienza ai consigli pratici di comportamento sulla medicina, sull'agricoltura, sull'economia: la radio investiva ogni attimo, ogni manifestazione, era "sorella" per gli infermi, consulente per l'allevamento dei bambini, diffondeva listini di prezzi dei generi alimentari; si occupava di lingua e di grammatica, chiamava al microfono insigni dantisti a leggere il "poema" (ricordo ancora Mario Casella che, terrorizzato dal vuoto di uditorio – quel microfono quasi aperto sul mistero – conduceva in regia due sue giovani e deliziose nipoti a cui volgere gli sguardi); tentava la riscoperta delle tradizioni popolari, superando la mortificazione del dopolavoristico folclore di regime; toccava sensibilità notturne, come in quella fortunata rubrica di Leonardo Sinisgalli "Il Teatro dell'usignolo". E infine – perché no? – dava consigli ai cacciatori, ai pescatori, ai maestri di scuola!
Il *boom* musicale non fu da meno: dalle nuove orchestre di musica leggera e dalla rivelazione del jazz (come non ricordare la trasmissione «Tutti i figli di Dio hanno le ali» dell'amico Piccioni?) fino all'apertura, nell'operistica e nella sinfonica, a nuove accessioni, come in un'Italia che si apriva all'Europa e al mondo, finalmente.
Lo spettacolo, soprattutto, ebbe nella radio un suo momento straordinario: dal drammatico di tradizione alla rivelazione di prodotti tipicamente radiofonici che, sconosciuti da noi, avevano avuto sviluppi notevoli in Inghilterra, in America.
Fu osservato, qualche tempo fa, in una storia della radio commissionata da Radiotre ad un sociologo acuto e di vaglia, che si trattò piú di un fenomeno di diffusione di una cultura già confezionata – una cultura di riporto – che non dell'uso tipico del mezzo. Osservazione in gran parte rispondente

a verità. Ma sarebbe ingiusto sottovalutare la funzione primaria che la radio ha avuto in un'operazione di acculturazione di massa, che la televisione, con mezzi cosí piú potenti e persuasivi, non è ancora riuscita a raggiungere: – perché la radiofonia civettò meno che non faccia oggi la TV vuoi con l'ascoltatore vuoi con il personaggio protagonista. Il mezzo, del resto, finí per conquistarselo, col tempo, il personaggio al microfono: – ricordo ancora una lettura di sue poesie fatta da Ungaretti, durante la quale il poeta, nel colmo della concentrazione e della concitazione, stritolò con una mano i suoi famosi occhiali a lenti basse.

Parve, ad un certo punto, naturale che su questi fondamenti, nascesse una rete tutta "culturale", ad alto livello. Fu il Terzo Programma; nacque – se mal non ricordo – con una di quelle "serate a soggetto", che tanto successo ebbero e tante discussioni suscitarono: – la favola d'Orfeo riviveva dalla grecità a Offenbach, condita di musiche appropriate e di sottili commenti. Ma il Terzo Programma puntò fondamentalmente sull'informazione culturale ad alto livello: dall'osservatorio internazionale di lettere, arti, scienze, storia a un tipo di giornale radio commentato e "ragionato". E la consociata ERI fu pronta a riprenderne e svilupparne gli esiti e le manifestazioni in pubblicazioni cui va tuttora con pieno merito l'attributo di "fondamentali", dai Quaderni del Terzo a imprese editoriali raffinatissime. Cosí dieci trasmissioni su un viaggio in Grecia, con G. B. Angioletti e Piero Bigongiari, radiocronista Sergio Zavoli, sfociarono nel volume *Testimone in Grecia*; il teatro classico spagnolo e tedesco trovò realizzazione in due ricche raccolte. Un'editoria di ricerca si sviluppava accanto alle piú correnti pubblicazioni di "classe unica" e alle raccolte di saggi, cui contribuirono i maggiori studiosi nelle diverse materie, attraverso anche un succedersi generazionale, dai Giorgio Pasquali ai Cesare Segre, tanto per fare un esempio.

Non so se spetti a me fare qualche osservazione sulla funzione che la cultura radiofonica ebbe nello sviluppo della nostra lingua nazionale: certo, l'attenzione degli specialisti fu continua e produttiva; ricordo i numerosi interventi, anche telefonici, anche immediati di Bruno Migliorini, confluiti poi in studi particolari e puntuali. Lo stesso Migliorini aveva curato, assieme a Giorgio Pasquali, una serie di trasmissioni sulla lingua; Giacomo Devoto aveva realizzato, per il Terzo Programma, trasmissioni sui dialetti.

Non un solo aspetto dell'attività culturale era sfuggito, od era rimasto estraneo all'azione della radio. Certo, non mancarono ombre e difetti: – negli anni '50, ad esempio, la censura si fece sentire in modo abbastanza marcato: i raccoglitori di aneddoti sanno benissimo che, in una ripresa radiofonica della *Khovančina* di Musorgskij, al presentatore fu imposto di sopprimere la didascalia «la scena si svolge nella Piazza Rossa»; oppure, a livello di cultura popolare, l'illustratrice dei proverbi del mese fu invitata a non leggere il proverbio di giugno, a causa di quella "falce in pugno" che poteva essere intesa come propaganda bolscevica; mentre chi scrive ricorda il proprio stupore nel sentirsi chiedere da un dirigente se non fosse il caso, in una serie di letture dantesche, di omettere il canto di Bonifacio VIII, per non incorrere nel biasimo delle gerarchie ecclesiastiche.

Ma questi sono episodietti. È invece da porre in rilievo, nel negativo, un certo processo di centralizzazione e burocratizzazione dei servizi, che mortificò in gran parte tutta quella fioritura di iniziative e di apporti culturali che si era venuta manifestando negli anni fra il '44 e il '50. Una sorta di "ritorno all'ordine" dopo le "follie" degli anni immediatamente seguenti alla liberazione del Paese; che tuttavia non annullò il peso culturale della radio.

Un peso – vorrei dire – tuttora sottovalutato: citavo prima un recente giudizio di Contini; proseguendo la scartabellatura dei miei archivi, potrei aggiungere da una significativa lettera di Giuseppe De Robertis: «Scusa se ti mando manoscritta questa lettura per l'Approdo. Si tratta di una *piccola* scoperta che a me è costata, non ridere!, due mesi e mezzo di letture e riletture». A riprova di un impegno degli intellettuali verso la radio, di una fattiva collaborazione fra il committente e l'esperto. Potrei citare ancora Gadda: «... non so se andrà bene: c'è storia e un po' del presente. Ti prego: fallo leggere a un bravo dicitore, che si rassegni alle mie proposizioni prive del verbo, come tanti cartellini indicatori. Persuadilo che i miei periodi sono, talora, privi del verbo, come le etichette delle bottiglie o i titoli». O Gianna Manzini: «E che sorpresa la dizione accivettatissima del mio racconto. Magnifico. C'era quel di piú di calore e di colorito che se io non me lo vietassi chi sa come riuscirei convincente. Insomma anche da questa lettura ho imparato criticamente qualcosa sul fatto mio». (Il lettore – se mal non ricordo – doveva essere Riccardo Cucciolla).

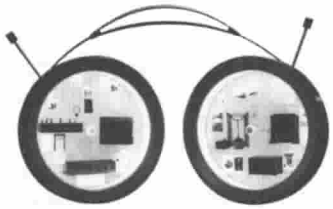
L'avvento della TV mise in secondo piano la radio; piú tardi la diffusione selvaggia delle antenne obbligò la Rai ad esprimersi secondo le leggi della concorrenza: il "leggero" finí per dominare; la "cultura" restò affidata ancora al Terzo Programma (ma un "terzo" piú leggero, meno impegnativo), fino alla riforma, che per qualche anno sembrò ridar fiato anche alla radiofonia.

Vorrei chiudere queste note ancora con un ricordo personale: con un cenno alla rubrica dei giovani "Un certo discorso", che, trasmessa da Radiotre, impegnò non poche energie nuove, diverse delle quali hanno poi trovato collocazione e fortuna nell'industria dello spettacolo. Fu anch'essa, quella rubrica, un'operazione culturale tutt'altro che trascurabile; – e sono convinto che anche per essa, come già è avvenuto per "L'Approdo", un giorno si dovrà affermare che il suo peso effettivo fu sottovalutato; che essa andrà riletta e rimeditata.

Eco sessantottesca, quella rubrica? E quella impennata che la radiofonia ebbe negli anni della "riforma" della Rai e nel confronto con le mille voci che dalle radio private invasero l'etere? Anche negli anni '70 la radio cercò di farsi interprete di un suo messaggio culturale, cercò – sperimentalmente – di inserirsi nel dibattito ideale, culturale, politico, di rispondere a nuove esigenze, a diversi protagonismi (che erano – né potevano non essere – protagonismi di massa). La burocratizzazione fu ancora il contraccolpo a quell'impennata, a quei tentativi. Certo è che le nuove tecnologie, anche in questo campo, rendono sterile ogni ritorno indietro: – l'ascolto radiofonico è oggi un ascolto rapido ed episodico, fitto di messaggi perentori e spesso ripetitivi; il messaggio di base è affidato alla musica e allo slogan; domina la pubblicità.

È, comunque, segnata la fine della costruzione monumentale. Alcuni decenni orsono Hermann Hesse osservava, in occasione di una celebrazione, che i monumenti nessuno li guarda: servono solo nella buona stagione per sedersi sui gradini, a conversare. Vogliamo rilanciare Goethe? – diceva: inseriamo in quelle scritte luminose che scorrono al sommo delle nostre piazze uno slogan del tipo «Il Faust di Goethe è ancora il migliore dei Faust possibili».

Come a dire, per quanto riguarda il nostro discorso, che, in modi nuovi e diversi, la radiofonia può ancora, se ben guidata, giuocare un suo ruolo, svolgere ancora una sua azione culturale.



LUCIO VILLARI

UN "MESSAGGIO" ALLO STATO PURO: "I QUATTRO MOSCHETTIERI"

Negli anni '30 la radio non ha subito i violenti contraccolpi, anche culturali della "grande crisi". Anzi, nell'America dove, con il crollo di Wall Street era cominciata, nel 1929, la grande depressione, essa, come è noto, ebbe la massima espansione. Lo spettacolo, la cronaca in diretta, i servizi di informazione culturale, i "discorsi al caminetto" del presidente Roosevelt, i commenti giornalistici, trovarono nella radio uno strumento perfetto di comunicazione e di contatto tra milioni di cittadini. In Italia, proprio l'arrivo dell'ondata della crisi americana sembrò esaltare invece che deprimere la fantasia di quanti avevano colto l'importanza di un mezzo come la radio. E non è detto che la facilità con cui agli inizi del decennio la radio cominciò a divenire, per qualche centinaio di migliaia di utenti, un "servizio" indispensabile non sia dovuto anche ad una atmosfera di tranquilla pacificazione che sembrava contrassegnare la società italiana. Cosí, l'esplosione dei *Quattro Moschettieri* può forse essere interpretata come il primo, vero *messaggio* che abbia raggiunto, dopo dieci anni, gli ascoltatori. Un messaggio, vorrei dire, allo "stato puro" proprio perché non ve n'erano ancora altri che potessero coinvolgere, con altrettanta immediatezza, l'immaginazione e l'attenzione degli ascoltatori.

Va detto anche che gli autori di quella fortunata trasmissione seppero bene raggiungere e "sedurre" le diverse generazioni degli ascoltatori, facendo uso della parodia di tutto ciò che era passatista, e proiettando nel futuro tante immagini e interpretazioni del loro tempo facendo credere che esse sarebbero poi, a loro volta, diventate oggetto di nostalgia. Di qui una intelligente loro consapevolezza che si avverte, ad esempio, in brani come questo: «Cosí fra trent'anni, i nostri figli parleranno di noi? Sorrideranno del foxtrot, delle donne coi capelli alla garzona e delle unghie laccate di rosso. Allora, nei cinematografi, daranno come comica finale, fuori programma, un supercolosso di Greta Garbo. Ma i nostri figli non potranno dimenticare che il nostro tempo è stata un'epoca rude, aspra e difficile, nella quale sono maturati i grandi avvenimenti che abbiamo vissuto e stiamo vivendo. Del nostro tempo non si potrà ridere mai». Questa strana, inquietante riflessione è in una nota (di cui, allora, forse nessuno dei tanti lettori entusiasti si sarà accorto) del libro *I Quattro Moschettieri* di Nizza e Morbelli. Un libro che invece era stato pensato (e, con eccezionale intelligenza, disegnato da Angelo Bioletto) solo per divertire i lettori, aggiungendo parole e immagini alle voci che avevano deliziato per nove mesi milioni di italiani.

Tutto cominciò esattamente cinquant'anni or sono, e precisamente il giovedí 18 ottobre 1934, quando dalla stazione Eiar di Torino, alle ore 13.00, si diffusero per l'etere le "Avventure dei Quattro Moschettieri" scritte da due giovanotti: Angelo Nizza, di ventinove anni e Riccardo Morbelli, di ventisette. Le trasmissioni, offerte dalla S.A. Perugina – ovviamente in diretta – erano allestite dal "comico" Riccardo Massucci, un regista di operette. Il successo fu, come si dice, immediato e travolgente, e fa pensare alla singolare congiunzione degli astri del Riso e della Fantasia che generò proprio nel 1934, in varie parti del mondo, intramontabili eroi di fumetti e di cartoni animati.

Le trasmissioni delle "avventure" proseguirono, ogni giovedí, fino al 4 luglio 1935, e furono anche registrate in dischi di cartone (tre per ogni puntata), dei quali furono messi in vendita, però, solo quelli relativi alle avventure de "I Moschettieri in Russia". L'enorme successo di questo programma, oltre a decretare il trionfo di un potente mezzo di comunicazione come la radio, costrinse Nizza e Morbelli a scrivere una nuova serie di "avventure radiofoniche" che si chiamò semplicemente "I Moschettieri", e che andò in onda per ventitré domeniche consecutive dal 25 ottobre 1936 al 28 marzo 1937.

Nel frattempo alla S.A. Perugina si era affiancata la S.A. Buitoni; e, in coincidenza con le trasmissioni, fu lanciata una campagna a premi imperniata sulla raccolta in album di figurine – disegnate sempre da Bioletto – di tutti i personaggi, maggiori e minori, delle avventure. Tra i tanti premi, vi erano anche auto Topolino: la febbre, tra il pubblico, crebbe perciò fino allo spasimo. Si raccontano ancora fatti epici, come la ricerca affannosa, per completare gli album, di figurine improvvisamente introvabili, quali *Il feroce Saladino* e *La bella Sulamita*; alla fine dovette intervenire il governo con un decreto che proibiva i concorsi a premi con figurine inserite nelle confezioni.

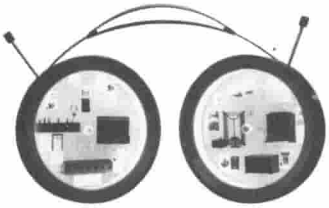
Fu un duro colpo per Perugina e Buitoni. Ma si deve anche pensare che in quegli anni c'era piú controllo di adesso (che non ce

Un'illustrazione dal libro "I Quattro Moschettieri". Il riferimento, evidente, è a Marlene Dietrich nel film "L'imperatrice Caterina" di von Sternberg.

I "Quattro Moschettieri", protagonisti del primo autentico successo di massa della Radio italiana (1934-36), che trovò sbocchi anche nel cinema, nell'industria discografica, nell'editoria. "Sponsor" della serie era la Perugina.

n'è affatto) sui consumi «indotti» e artificiosi, manipolati dalla pubblicità.
Comunque, la vicenda delle figurine riguardava solo indirettamente Nizza e Morbelli, la cui voglia di inventare storie e di raccontarle, di osservare con vena parodistica, secondo le migliori e contemporanee testimonianze di Petrolini o di Campanile, certi innocenti *tic* della piccola e media borghesia, si incontravano con autentiche doti di scrittore. L'utilizzazione di diverse forme espressive (dalla musica, espressamente composta da Egidio Storaci, alle tecniche del teatro di varietà) e il montaggio alternato di personaggi, oggetti, avvenimenti, canzoni in voga appartenenti indifferentemente al secolo XVII e al Novecento, fecero di loro gli iniziatori di un genere di spettacolo e di "comunicazione" con il pubblico, tra il *cabaret* e la commedia musicale, che, tutto sommato, dura ancora, sempre divertente e piacevole.
Essere poi riusciti a trasferire in due volumi – che ancora oggi hanno un pubblico di lettori e di rilettori – le avventure dei Moschettieri, di Arlecchino e di una miriade di personaggi (da Petronio Arbitro a Faust, da Charlot a Greta Garbo, da Caterina di Russia a Carducci, Manzoni, Mata Hari, Guido da Verona, Sherlock Holmes, Renato Simoni e decine di altre figure della storia e della letteratura) in un caleidoscopio di immagini vecchie e nuove; l'essere riusciti a questo con molta semplicità, è senza dubbio un merito incontestabile. E non mi risulta che di Nizza e Morbelli si parlerà poi come di semplici umoristi, anche perché, a mio avviso, non solo essi hanno inventato o modernizzato un certo stile della satira e un efficace linguaggio dell'idiozia (allo stesso modo, ad esempio, del «Marc'Aurelio», dal quale pure provengono, come è noto, Fellini, Scola, Steno, Scarpelli, e tanti altri scrittori e uomini di spettacolo), ma anche perché le loro parodie non erano prive di autoironia consapevole e talvolta amara.
Ne è un esempio, tra tanti, la nota citata prima o la garbata satira degli anni '30 fatta in una poesia che si immagina scritta nel 1977 sulla falsariga dell'"Amica di Nonna Speranza" di Guido Gozzano. Rileggiamone insieme l'inizio «Poltrone in metallo cromato, vasetti di cactus odiosi, i mobili nuovi angolosi e tende di rosso incerato alle pareti sospese, vicino a una stampa antica, le foto di Greta e De Sica nelle cornici all'inglese, la radia, già muta da un po', che i vicini piú non affligge, un mazzo di carte da bridge fra disgustosi bibelots, le tele di Casorati (donne nude in libertà), i quadri di Carlo Carrà (contadini dai piedi enfiati)...».
In questa elegante goliardia si avverte quella ironica e colta "aria piemontese" che Morbelli e Nizza avevano respirato nella Torino degli anni '20. Non a caso i loro compagni di scuola e di giochi, appunto goliardici, erano stati Pavese, Leone Ginzburg, Norberto Bobbio; al liceo, il compagno di banco di Morbelli era stato Giulio Carlo Argan, e i due amici spesso facevano gare di velocità e di abilità narrative. Insomma, quando nel 1935, a conclusione del primo ciclo di trasmissioni, comparve il volume *I Quattro Moschettieri*, si comprese subito che alla straordinaria fantasia degli autori si univa un piglio moderno e dissacratorio; il tutto in tale equilibrio da fare di una parodia di Dumas, dei libri rosa e dei romanzi di avventura, un romanzo di avventura vero e proprio. Il libro ebbe in un anno cinque edizioni; e poiché il personaggio che alla radio aveva avuto piú successo era stato quello di Aramis (interpretato da Nunzio Filogamo), trasformato da Morbelli e Nizza in un "gagà sciocherellone" dalla erre moscia e sempre lievemente disgustato dalla violenza e volgarità dei suoi compagni moschettieri, i due scrittori pensarono di far seguire al primo libro un secondo, intitolato *L'avventurosa vita di Aramis*.
La serie successiva – 1936-37 – delle trasmissioni fu però modificata e la continuazione de *I Quattro Moschettieri* fu intitolata *Due anni dopo*. Anche in questo secondo volume la formula di Nizza e Morbelli funziona perfettamente ed anche qui scatta la autoironia fin dalla *manchette*: «Molte autorevoli persone ci dicono: "In fondo, voi altri che ne avreste la capacità – (ma guarda un po'! grazie) – potreste tentare di darvi ad un lavoro serio, un romanzo ponderato". Davanti a queste parole ci stringiamo nelle spalle, perplessi, indecisi. Finora non abbiamo mai osato rispondere. Ci confessiamo qui. Ebbene, non scriveremo mai un'opera seria. Morremo col rimpianto di non aver vinto un premio letterario e di non essere considerati dalla Critica. Ce ne dispiace proprio. Oh, quanto ce ne dispiace! Ma fin che siamo allegri, scriveremo di questa roba. E per ora siamo molto allegri. Non c'è proprio speranza».

G. Michelotti intervista Dina Galli e Nino Besozzi a Radio Torino, nel 1924. Nel corso degli anni '30, era frequente la partecipazione a trasmissioni radio delle piú popolari figure del teatro, del cinema, della musica leggera.



CLARA SERNESI

IL TEATRO RADIOFONICO COME GENERE ARTISTICO AUTONOMO

Il teatro radiofonico è allo stesso tempo "teatro alla radio", fatto di adattamenti di opere teatrali e trasposizioni di opere letterarie e "teatro per la radio" concepito, congeniato e scritto appositamente ed esclusivamente per il mezzo radiofonico.
Pur riconoscendo al primo una insostituibile funzione divulgatrice (la radio è la prima grande impresa di spettacolo, il vero teatro nazionale), è al secondo, al suo sviluppo ed ai suoi protagonisti che bisogna guardare se si va alla ricerca dell'arte radiofonica.
Il teatro concepito espressamente per il mezzo radiofonico, il radioteatro, nasce con la radio stessa: in Gran Bretagna le trasmissioni regolari iniziano nel 1922 ed il primo radiodramma (*Danger* di Hughes, una realistica descrizione di un disastro minerario) viene trasmesso il 15 gennaio del 1924; la Francia inizia le sue trasmissioni nel 1923 ed il 21 ottobre del 1924 trasmette il suggestivo *Maremoto* di Cusy e Germinet che, mandato in onda senza preavviso, provoca tra il pubblico sorprendenti scene di panico (come avverrà piú tardi durante la famosissima *Guerra dei mondi* di Welles); in Germania il primo radiodramma (*Spuk* di Gunold, un classico giallo del brivido) risale al luglio del 1925, due anni dopo l'entrata in funzione del servizio radiofonico.
Da noi il radioteatro fa la sua comparsa non proprio contemporaneamente alla radio: il primo radiodramma (*L'anello di Teodosio* di Luigi Chiarelli) viene infatti trasmesso il 6 ottobre 1929, dopo esattamente cinque anni. Si tratta di "trenta fonoquadri" – come li ha definiti lo stesso autore – costruiti attorno ad una tramà giallo-poliziesca di tono umoristico; nati quasi per gioco essi sono emblematici della mancanza di consapevolezza artistica dei primi autori di radiodrammi.
Si comincerà in Italia a discutere in termini estetici delle specificità espressive del mezzo radiofonico solo nel 1931, quando Enzo Ferrieri (allora direttore artistico dell'Eiar) apre il dibattito pubblicando sulla rivista "Il Convegno" i risultati della sua "inchiesta sulla radio".
La cultura ufficiale tuttavia mantiene – e manterrà per lungo tempo – un atteggiamento di studiato disinteresse per la produzione radiodrammatica considerata da alcuni come un semplice surrogato del teatro e da altri come una manifestazione di giovanile avanguardia.
L'Ente radiofonico di Stato mostra invece ben presto di credere in un'autonoma capacità espressiva della radio e si sforza ripetutamente di stimolare scrittori, commediografi, intellettuali tutti a prendere coscienza della problematica radiofonica istituendo numerosi concorsi per radiodrammi che la cultura ufficiale, però, come si è detto, diserta sistematicamente.
A quegli inviti risponde invece con entusiastica partecipazione un gruppo di giovani, sconosciuti all'ambiente teatrale, attirati dalle possibilità espressive del mezzo e spinti dal desiderio di impossessarsi di un terreno incolto. Per quanto fecondi di idee e carichi di energie innovative non riescono però a scalfire il generale atteggiamento di indifferenza. Il fatto è che questi pionieri del radioteatro, pur facendosi portavoce di un messaggio di progresso culturale, non sono in grado di formulare teorie estetiche, di poggiare le loro opere su basi teoriche che ne dimostrino la validità artistica. Essi restano estranei al dibattito che si va intanto svolgendo all'estero dove già radicata è la consapevolezza dell'esistenza di un'arte radiofonica.
Vediamo infatti che in Francia Germinet, il padre del radiodramma, nel 1926 ha già superato le fasi preliminari del dibattito ed analizza le caratteristiche del radioteatro, definendo con penetrante chiaroveggenza i principi essenziali dell'arte radiofonica cosí come verranno individuati molti anni dopo; Paul Deharme, discepolo di Germinet, propone nel 1928 le sue dodici regole per liberare il radioteatro dal realismo imperante. In Inghilterra Val Gieguld nel 1932 pubblica una raccolta di suggerimenti pratici su come scrivere un radiodramma del quale ha ben comprese le potenzialità. In Germania, poi, lo studio teorico dell'arte radiofonica addirittura prevale sulle stesse realizzazioni pratiche; il primo esegeta tedesco, Hermann Pongs, è già in grado nel 1930 di classificare i vari tipi di radiodrammi; Bertolt Brecht (autore di un radiodramma intitolato *Volo oceanico*) nel 1927 propone di organizzare un centro di studi radiofonici per meglio sfruttare le risorse del nuovo mezzo; nel 1932 Kolb fonda anche a livello teorico la differenza tra spettacolo teatrale (*Schauspiel*) e spettacolo radiofonico (*Horspiel*); in quegli stessi anni Arnheim nel famoso *La radio cerca la sua forma* disquisisce sulle caratteristiche dell'arte radiofonica.

In Italia, invece, nonostante un certo fermento creativo, il dibattito teorico non riesce a superare l'impasse delle fasi preliminari, ossia la polemica oziosa sull'opportunità di sganciare la forma radiodrammatica dalla convenzione teatrale. Pur se si assiste, quindi, alla formazione di un discreto repertorio specifico radiofonico – privo comunque sempre del contributo degli scrittori rinomati – si è ancora ben lontani dai livelli europei. Persino Marinetti – autore nel 1933 con il poeta Masnata del *Manifesto futurista della radio* – non arriva ad essere convincente («la radio non è teatro, né cinema, né libro»), e le sue teorie radiofoniche, cosí come i suoi radiodrammi, hanno una risonanza limitata.

A questa generale insensibilità verso i problemi estetici sorti con la nascita della radio fa eccezione Enrico Rocca che nel suo *Panorama dell'arte radiofonica*, pubblicato nel 1938, analizza le caratteristiche del radiodramma e, soprattutto, mostra di comprendere la inscindibilità di teoria e prassi per un suo reale decollo artistico.

Subito dopo la guerra il nuovo Ente radiofonico di Stato, radicalmente mutato nella forma e nella sostanza, accentua il suo ruolo di promozione culturale e si dedica con ancora maggiore impegno alla ricerca di forme espressive originali spingendo scrittori e autori a trovare sempre nuove soluzioni. Soddisfare le esigenze culturali degli ascoltatori diviene un obiettivo primario. Vengono creati il Terzo Programma ed il Premio Italia che imprimono, ciascuno a suo modo, una forte accelerazione allo svolgimento del dibattito sull'arte radiofonica che porterà di lí a poco alla formazione di un repertorio radiodrammatico davvero valido artisticamente.

Gli anni '50 vedono il nascere ed il fiorire della critica radiofonica e della pubblicistica specializzata. Esce la rivista "Radiodramma" – diretta da Dante Raiteri – interamente dedicata all'arte radiofonica nel mondo, che permetterà a registi, autori ed operatori radiofonici di conoscere finalmente quanto si va facendo e dicendo all'estero. L'Italia esce cosí dal suo isolamento. Perrini, Luzi, Treves, Malatini, Magli e molti altri intervengono sulle pagine di giornali e riviste enucleando i termini della problematica e puntualizzando gli aspetti peculiari dell'arte radiofonica. Le vecchie diatribe sulla teatralità del radioteatro vengono definitivamente abbandonate. La polemica sterile si esaurisce e si trasforma in dibattito costruttivo. Al dibattito si accompagnerà molto presto l'analisi storica del fenomeno radioteatrale ed il suo inserimento nelle enciclopedie e nelle storie dello spettacolo.

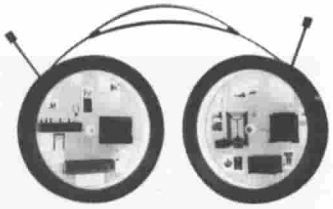
Il Premio Italia, dal canto suo, con il trascorrere degli anni si conferma baluardo della ricerca espressiva d'avanguardia: nel 1962 viene creato il premio speciale per le opere realizzate in stereofonia; qualche anno piú tardi viene istituito l'Archivio storico che, raccogliendo anche le registrazioni delle opere concorrenti, mette a disposizione di quanti si muovono nel campo della creazione radiofonica la migliore produzione mondiale.

A partire dalla metà degli anni '60 l'arte radiofonica non ha piú bisogno degli esegeti: ha conquistato definitivamente la dignità di arte che andava cercando, ha conquistato il favore del grande pubblico ed ha ottenuto i necessari riconoscimenti a livello internazionale.

Oggi il radioteatro è un genere artistico autonomo, una componente dell'arte radiofonica la cui esistenza non viene piú messa in discussione. E questo traguardo è stato raggiunto, come abbiamo visto, soprattutto grazie allo sviluppo dell'estetica radiofonica che ha saputo valorizzare non soltanto la componente drammatica bensí l'intero patrimonio espressivo della radio, in tutte le sue manifestazioni.

Giorgio De Lullo e Anna Proclemer in "I capricci di Marianna" di A. De Musset (1951). L'artificiosità della foto di scena è accentuata dal fatto che la Proclemer finge di leggere direttamente dal testo francese.

Anna Magnani a Radio Roma (1954).



ENZO RESTAGNO

LA MUSICA ALLA RADIO

Della musica riprodotta la radio detenne per alcuni anni il monopolio e anche quando comparvero con le incisioni fonografiche elettriche le prime autentiche alternative la qualità della musica riprodotta dalla radio durante la trasmissione "in diretta" era nettamente superiore. Si potrebbe pensare a questo punto che quello tra la radio e gli altri strumenti in grado di offrire musica riprodotta fosse un duello tecnologico ma non è cosí. Nel duello tecnologico la radio è stata largamente superata dai vari impianti stereofonici per la semplice ragione che nessun apparecchio radio è fornito di un sistema di diffusori sofisticato come quello delle migliori casse acustiche. L'eleganza e il lusso del *sound* non appartengono alla radio, fanno parte invece di un'altra categoria di musica riprodotta che da quella si differenzia per le modalità di uso. Proprio in tale differenza si cela una caratteristica fondamentale che mette l'impiego musicale della radio al riparo da qualsiasi forma di concorrenza. Ascoltare musica riprodotta attraverso dischi o nastri magnetici significa per l'ascoltatore operare una scelta totalmente soggettiva: scelgo questo o quel disco, questo o quel nastro, li estraggo dalle loro custodie e li inserisco nell'apparato di riproduzione. In questa scelta e nel fatto di essere operatore ed ascoltatore al tempo stesso, la qualità di musica riprodotta, di copia, si impone con la massima evidenza e la possibilità di un riascolto immediato, frammentato, ripetuto a volontà, non fa che confermare tale qualità. In termini benjaminiani potremmo dire che la soppressione dell'*Aura* è davvero radicale. L'ascolto della musica alla radio non dipende invece dalla nostra volontà; possiamo solo decidere di ascoltare o di non ascoltare, ma l'ascolto in se stesso conserva in buona parte la caratteristica di un evento la cui programmazione è interamente sottratta alla nostra volontà. È la musica che ci viene incontro e non noi che andiamo incontro alla musica.

Questo andare della musica incontro agli ascoltatori, naturalmente incontro ad un numero immenso di ascoltatori, fu oggetto di dichiarazioni trionfalistiche sulla possibilità di acculturazione delle masse che non potevano non destare l'inquietudine degli studiosi delle comunicazioni di massa. In un suo saggio intitolato *Impiego musicale della radio* Adorno prende lo spunto proprio da una dichiarazione contenuta in un articolo del «Harper's Magazine» del 1939 nel quale vien constatato che «Le mogli dei farmers negli stati della prateria ascoltano la musica classica nell'esecuzione di grandi interpreti mentre di mattina accudiscono alle loro faccende domestiche». Siamo evidentemente ai livelli piú bassi dell'utenza musicale radiofonica e l'occasione è ottima per denunciare nell'impiego musicale della radio un caso lampante di quel "falso progresso" che il filosofo di Francoforte considera uno dei tratti dominanti della moderna società. La citazione del «Harper's Magazine» è del 1939 ma il saggio di Adorno è scritto vent'anni piú tardi e nelle sue note conclusive reca a sostegno del proprio giudizio negativo sull'impiego musicale della radio una citazione tratta da un articolo di Stockhausen pubblicato nel 1959 dalla rivista «Die Reihe»: «E che hanno fatto finora i produttori di dischi e i responsabili della radio? Hanno riprodotto; hanno riprodotto una musica che nel passato era stata scritta per la sala da concerto e per il teatro d'opera proprio come se il cinema si fosse limitato a fotografare i vecchi lavori di teatro di prosa. E la radio cerca di dare in sede tecnica una tale perfezione a questi reportages concertistici e operistici fino a rendere sempre piú difficile per l'ascoltatore distinguere tra l'originale e la copia: l'illusione deve essere assoluta. L'inganno cosciente è stato perfezionato sempre piú; nel modo stesso che oggigiorno si possono ottenere con moderni procedimenti di stampa delle riproduzioni di opere di Rembrandt che nemmeno un esperto è piú in grado di distinguere dall'originale. Tutto questo contribuisce a creare una società che in campo culturale vive di conserve».

La requisitoria di Stockhausen contro la passività musicale della radio culmina nella notizia positiva dell'avvento della musica elettronica che sarebbe un'ipotesi di impiego attivo dello strumento radiofonico. Anche Adorno dal canto suo si ingegna di proporre ipotesi di uso attivo della radio piú che altro in una prospettiva didattica. Non si tratta di proposte sensazionali e paradossalmente qualcuna verrà captata dall'industria della sofisticazione discografica. Adorno suggerisce per esempio di sottolineare il fraseggio di un'opera musicale mediante un uso dei microfoni capace di conferire rilievo maggiore ora a questo ora a quello strumento. Quello che però ci pare piú interessante è lo sgomento di fronte al-

l'uso passivo del mezzo radiofonico inteso quasi come un subdolo demone da esorcizzare a tutti i costi. La perdita dell'*Aura* implicita nell'ascolto radiofonico può essere compensata soltanto da un impiego attivo del mezzo. Questa opposizione cosí radicale scaturisce da una cultura tipicamente dialettica che nella sua ansia di porre e risolvere le antitesi non sa aspettare i risultati dell'azione microorganica del tempo. A qualche decennio di distanza questa azione possiamo scorgerla e valutarla piú in profondità e raccontare alcuni effetti prodotti dall'ascolto della musica alla radio – che questo ascolto sia piú o meno passivo non ha rispetto alla massa sterminata degli ascoltatori di tre generazioni molta importanza – sulla vita musicale contemporanea.
Potrà sembrare paradossale ma dal punto di vista dell'utenza la musica affidata all'evento singolo dell'esecuzione in un certo luogo e in un certo momento equivale alla diffusione della cultura letteraria all'epoca della tradizione orale. Le possibilità diffusionali della musica riprodotta corrispondono invece a quelle della cultura letteraria dopo l'invenzione della stampa. Ciò comporta una perdita di qualità ma chi potrebbe rimpiangere l'aristocratico elitarismo degli esperti di fronte non solo all'allargamento dell'utenza musicale, ma soprattutto di fronte all'allargamento pressoché sconfinato del repertorio che viene sempre piú configurandosi come una specie di riappropriazione integrale della storia della musica?
Che l'evoluzione del concetto di repertorio sia strettamente legata all'evoluzione tecnologica è un dato del quale possiamo renderci pienamente conto soltanto oggi.
L'avvento dei concerti radiofonici è la premessa ad una condizione radicalmente diversa, con una metafora un po' brusca, potremmo dire il detonatore di un'esplosione a catena i cui effetti durano tutt'ora. Finché non poté contare stabilmente sulle risorse della registrazione la musica alla radio restò legata all'evento della trasmissione diretta, ma di quell'evento la radio diventò il megafono piú portentoso ed immane che si potesse concepire. Il nuovo pubblico di milioni di persone, l'utenza sulla quale si sarebbe riversata l'inondazione della musica riprodotta, è stata la radio a formarla. Gli appassionati di musica – e non solo le casalinghe intente ai lavori domestici – dispersi in ogni villaggio ed in ogni isola sono stati individuati e raggiunti dalle onde sonore della radio che li hanno trasformati in utenti prima ed in consumatori poi. Questa operazione capitale di formazione di un pubblico vastissimo i concerti della radio l'hanno svolta in un lasso di tempo di neppure un ventennio. Moltiplicando le occasioni di ascolto i concerti alla radio prospettano la necessità di un allargamento del repertorio e al tempo stesso le occasioni di ascoltare a tempi molto ravvicinati le medesime opere rese da interpreti diversi, sollecitando nel pubblico una piú acuta attenzione al fenomeno interpretativo.
Da un lato l'espansione del repertorio raggiunge la massima accelerazione grazie alle possibilità di accumulo fornite dalla registrazione su nastro. Orchestre e complessi cameristici liberati progressivamente dalla necessità di eseguire le opere piú note, possono accudire e riscoprire intere zone della storia della musica. Iniziano i recuperi che raccolgono in tanti capitoli la cultura musicale dei nostri anni: ora si tratta del Rossini "serio", ora del Verdi "giovane", ora del teatro barocco, ora delle sinfonie di Mahler che sembravano proprio aspettare la radio e i dischi per rivelare tutta la loro carica esplosiva. La sequela è lunga ed ogni appassionato la conosce bene. Prosegue anche l'esplorazione del continente sommerso della musica antica: il canto gregoriano e l'Ars nova sono discografatissimi ed un autore come il trecentista Guillaume de Machaut può addirittura diventare un best-seller. Lo studio degli strumenti antichi, il restauro di quelli d'epoca con le relative prassi esecutive, la ricostruzione di orchestre con organici d'epoca che ci restituiscono le sinfonie di Mozart e di Beethoven con la primigenia, smilza e un po' casalinga bellezza, sono fenomeni che rivelano chiaramente il progetto della riappropriazione dell'intera storia della musica. Canti popolari nostrani ed esotici, il suono di tutti gli strumenti della terra dai gamelans giavanesi alle campane di ogni paese finiscono disciplinatamente catalogati nelle nastroteche ove affluiscono anche i numerosissimi rivoli della produzione musicale contemporanea. La radio diventa un immenso ed aggiornato contenitore di tutto ciò che è catalogabile sotto la categoria del suono. Al punto in cui siamo possiamo constatare che la conquista del repertorio non è ancora storicamente conclusa ma poco ci manca; basta che la musicologia spinga un poco piú in profondità le sue sonde attraverso gli strati della storia ed avremo raggiunto l'obiettivo della ricapitolazione universale dell'esperienza musicale.
L'inondazione musicale da alcuni anni è in atto e l'ascoltatore, consapevole o no, modifica progressivamente la sua estetica dell'ascolto. Ascolti radi di un repertorio alquanto piú limitato facevano parte di un'epoca della vita musicale che si potrebbe definire fase mitica. In questa fase domina l'estetica del capolavoro inteso come opera somma scarsamente relata. L'approccio con opere siffatte avviene attraverso la categoria tipicamente idealistica dell'immedesimazione e l'approfondimento si realizza attraverso una specie di gioco paritetico dell'intelletto e del cuore. Le reazioni personali alle singole opere sono molto individuate, divaricate in una netta duplicità di consensi e repulsioni che trova la sua conferma piú interessante nell'atteggiamento della critica musicale.
Alla fase mitica è subentrata con l'enorme allargamento del repertorio una fase storica. L'orizzonte è ora ingombro di una congerie infinita di opere e i capolavori di ieri appaiono molto piú relati, sempre capolavori ma privi di quella magica estemporaneità che li proiettava su orizzonti in gran parte sgombri. Dalla complessa rete di relazioni non si può prescindere e l'approccio si dipana attraverso il filo della comprensione storica. Dall'estetica tipicamente idealistica dell'immedesimazione si passa a quella storicistica della comprensione. La frequenza degli ascolti ed il carattere privato dei medesimi, reso possibile proprio dall'ascolto radiofonico, crea un diverso rapporto tra ascoltatore e opera musicale. Si ha la possibilità di ascoltare la stessa opera in tempi relativamente brevi eseguita da interpreti diversi e nasce cosí la possibilità del confronto ravvicinato. Trasmissioni dedicate al confronto di interpreti diversi applicati ad una medesima opera hanno sempre avuto alla radio molta fortuna. Il senso critico dell'ascoltatore si fa sempre piú avvertito e questo, almeno inizialmente, era un bene; ci sono però delle deviazioni involutive nate proprio dalla possibilità di ascolti molteplici e ravvicinati che rappresentano una delle eredità negative della vita musicale odierna. Ascolti frequenti e buona qualità esecutiva erano e restano dati positivi; insieme al capolavoro entra però nella sfera privata dell'ascoltatore radiofonico l'interprete di rango. Non solo la grande opera ma l'interprete d'eccezione sono a portata dell'ascoltatore che comincia inevitabilmente a trasformarsi in un gourmet. Da quando nastri e dischi mettono a disposizione in un numero illimitato di copie le interpretazioni migliori, c'è posto solo piú per i Toscanini, Bruno Walter, Furtwaengler, Karajan, Bernstein, Michelangeli, Horowitz, Oistrakh ecc. L'esigenza di perfezione dell'ascoltatore gourmet è uno dei tratti piú insidiosi della vita musicale moderna e l'industria della stereofonia, lanciata in un progresso che gradualmente all'obiettivo dell'alta fedeltà sostituisce quello

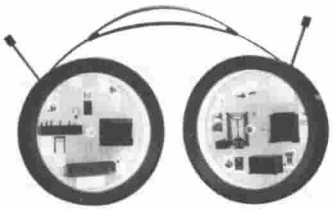
piú subdolo e narcotizzante della sofisticazione del suono, non se lo sarebbe lasciato sfuggire. La possibilità di ripetere all'infinito brevi passaggi in funzione di una registrazione che sempre piú viene a configurarsi come un montaggio, la manipolazione del suono registrato e numerosi altri artifici hanno reso la sala di registrazione sempre piú simile ad un laboratorio chimico dal quale la materia sonora esce con un elevato tasso di artificialità.

La trasformazione del suono in *sound* digitale perfetto e brillante, non solo offre un perfezionismo tecnico non riscontrabile nella realtà, ma agisce molto piú in profondità eliminando dall'esecuzione quel carattere nobilmente avventuroso, quel margine di imprevedibilità, di azzardo quasi in cui consiste il fascino piú segreto dell'impresa musicale.

I rischi del perfezionismo tecnologico hanno cominciato ad essere avvertiti e gli interpreti migliori da qualche anno hanno drasticamente ridotto le ore di studio dedicate alla registrazione; in taluni casi ripropongono addirittura l'esecuzione prelevata durante lo svolgimento di un concerto pubblico. Anche il pubblico risulta consapevole dell'inquinamento tecnologico e reagisce in molti casi con la ricerca delle cosiddette "registrazioni d'epoca" ed è noto come negli ultimi anni il documento "live" abbia avuto un considerevole successo commerciale. Nel momento della sua maggiore espansione quantitativa e qualitativa la musica riprodotta prospetta quindi un ritorno alle origini della sua espansione tecnologica rivelando una richiesta pressante di *Aura* alla quale il documento storico dovrebbe sopperire. L'estetica dell'ascoltatore piú sofisticato compie oggi dunque il sacrificio del *sound* a favore dell'*Aura*, ma, osservato in profondità, il fenomeno si rivela alquanto piú complesso, una estrema e forse vana difesa dei valori del testo. Dal punto di vista della prassi musicale la distinzione di Benjamin tra evento e sua riproduzione tecnica, poniamo tra concerto e riproduzione radiofonica o discografica del medesimo, va sviluppata. La diffusione dell'industria musicale, il moltiplicarsi delle istituzioni stabili, le grandi orchestre sinfoniche ad esempio, e la necessità di produrre musica per i concerti, per la radio, per i dischi con ritmi sempre piú rapidi hanno causato un incremento dello standard tecnico delle orchestre. La risposta professionale delle grandi orchestre moderne in sede di prova si fa sempre piú elevata e conseguentemente le ore di prova tendono a diminuire. Le grandi ed eccellenti orchestre sinfoniche americane concedono notoriamente ai direttori tempi di prova piú brevi di quelli ai quali si è mediamente abituati in Europa. A questo incremento dello standard professionale è direttamente collegata la mobilità degli interpreti che possono nel giro di una settimana sostenere tre o quattro concerti in punti anche lontanissimi del globo. I cantanti celebri che una sera cantano un ruolo alla Scala, la sera dopo un altro a Vienna e la sera dopo ancora un terzo ruolo a Londra, giocando quindi parallelamente tre partite musicali, costituiscono un fatto di cronaca che talvolta viene improvvisamente alla ribalta a causa di qualche incidente. Gli anni ai quali si rivolgono le oggi tanto ricercate incisioni "live" erano assolutamente diversi: i mezzi di trasporto non consentivano agli interpreti l'odierna, perniciosa ubiquità. Si andava ad un festival, poniamo a quello di Bayreuth, e si viveva per mesi in una specie di immersione totale nella musica di Wagner, ci si impregnava attraverso lunghe prove, conversazioni, letture ed altro di quell'evento che si contribuiva a realizzare. Quella era una concezione particolare del testo, un modo profondamente umanistico di intendere e di accudire l'opera in cui l'opera stessa diviene occasione per coltivare la propria umanità. Il risultato di un tale atteggiamento culturale all'interno della prassi interpretativa era non solo qualitativamente elevato, ma provvisto di una tensione, di una ricchezza e di una profondità esistenziale che ad ogni ascoltatore umanista paiono insostituibili. A guardar bene si trattava della glorificazione piú alta dell'evento, della forma piú profonda di coinvolgimento estetico che la prassi musicale moderna avesse saputo raggiungere. Per questo la *Tetralogia* di Furtwaengler è probabilmente superiore ed in ogni caso diversa da tutte quelle che sono venute dopo. È anche evidente però che quella forma di partecipazione estetica ha in sé qualcosa di pseudoritualistico che potrà risultare particolarmente gradito ai cultori della nobiltà dello spirito ma che risulta in netto contrasto con la moderna concezione di professionalità. Oggi la professionalità trionfa, lo standard degli interpreti è mediamente piú elevato, gli interpreti stessi nella rapidità dei loro spostamenti e nei conseguenti sdoppiamenti di ruolo vedono annullata la possibilità di immedesimazione. Un distacco oggettivo, molto professionale, sta alla base dell'interpretazione musicale moderna, filologicamente piú avvertita, piú corretta, spesso emendata dalle consuetudini interpretative e restituitaci in edizioni assolutamente pure e fedeli. Paradossalmente accade che proprio nel momento in cui ci riappropriamo del testo nella sua forma assolutamente pura perdiamo quel contatto fondato sul coinvolgimento che del testo costituiva una delle ragion d'essere fondamentali, come dire che le *Urtextausgaben* nascono in un'epoca segnata da una fondamentale indifferenza emotiva nei confronti del testo.

Locandina di un'opera lirica trasmessa dal Teatro di Torino (1941).

Il teatro di Torino, sede dell'orchestra sinfonica dell'EIAR, dopo il bombardamento del novembre 1942 che lo distrusse.



ALDO ZAPPALÀ

ALLA RADIO IL CINEMA ETERNAMENTE GRATO

1. È certamente una storia di grandi e contrastati sentimenti quella che venne scritta, alcuni decenni or sono, tra radio e cinema. Né piú né meno come sta avvenendo oggi tra televisione e cinema dove, tra molti travagli, si sta mettendo in discussione addirittura l'esistenza stessa di uno specifico filmico e di uno televisivo. Prodotto avanzato dell'evoluzione dei media, filiazione diretta – tanto che i cronisti dell'epoca la definirono «una radio mille volte potenziata dal cinema» –, la televisione sta provocando tali mutamenti da costringere, secondo il caso, a crisi alterne o a forzate emarginazioni. Ma questa è un'altra storia.
Quella invece dei rapporti tra radio e cinema è ancora tutta da scrivere. Eppure, fin dall'inizio, è possibile ricostruire le vite parallele di questi due media destinati ad influenzarsi in vario modo.
Del resto la caratteristica peculiare del sistema dei mass-media è la sempre piú stretta interdipendenza, il continuo, a volte parossistico, intrecciarsi, correlarsi, contaminarsi. Dall'alba del sistema è in atto un accelerato processo di integrazione. Forse, tra non molto, non esisteranno piú la radio, il cinema, la televisione o il telefono – almeno come noi li conosciamo – ma un unico grande ibrido, la scatola nera finale, che assumerà tutte le funzioni.
Quando un medium si trasforma, acquistando parte della funzione di un altro, costringe anche questo ad una mutazione. Quando il cinema, sotto la spinta della radio, passò al sonoro, il mezzo radiofonico puntò all'immagine. La storia del rapporto radio-cinema è quindi solo un tassello, che può rivelarsi di notevole interesse, per capire le dinamiche in atto in quel sistema dei media sempre piú contemporaneamente causa ed effetto della accelerata evoluzione della società moderna.

2. Che tra la radio e il cinema corresse un feeling particolare era stato intuito da Marshall McLuhan che, non a caso, li accomunava tra i media "caldi", contrapponendoli alla televisione considerata un medium "freddo".
Eppure, nonostante le apparenze, i primi rapporti non furono propriamente idilliaci.
Alla metà degli anni venti il cinema muto aveva raggiunto il suo apogeo imponendosi come il piú diffuso genere di spettacolo di massa. Nei soli Stati Uniti era diventato una colossale industria con un capitale sociale valutabile intorno ai 65 milioni di dollari di allora. Una cifra da capogiro.
Folle deliranti seguivano con entusiasmo e fanatismo le gesta e la vita dei grandi divi dello schermo.
I guadagni di Charlie Chaplin, Mary Pickford, Douglas Fairbanks senior, proprietari della United Artists, la casa da loro fondata nel 1919 in società con il regista David Wark Griffith, superavano di gran lunga quello degli industriali e dei banchieri.
«In quei giorni» ricordava Gloria Swanson «il pubblico voleva che vivessimo da re o da regine, e noi lo accontentavamo. E perché no? Amavamo la vita, stavamo accumulando piú danaro di quanto potessimo immaginare. E non c'era motivo di credere che tutto ciò dovesse finire».
Ma il cinema muto non era solo un fenomeno commerciale e un grande affare; era anche arte, la "settima arte".
Apporti diversi sul piano tecnico e spettacolare, ma soprattutto estetico ed artistico, lo avevano trasformato da banale attrattiva fieristica in una manifestazione culturale di grande rilevanza della civiltà del XX secolo.
Uomini come Griffith, Eisenstein, Murnau o Gance, percorrendo strade diverse, ne avevano fissato l'evoluzione da cinematografo in cinema. Espressione perfetta di quella civiltà dell'immagine cosí adatta allo "squisito impedimento" del silenzio, il cinema muto sembrava aver raggiunto una definitiva maturità ed unità estetica.
Invece nel volgere di pochi anni, tra lo sgomento e la confusione dei migliori, si assisté al suo rapido smantellamento. Solo il grande Charlie Chaplin continuò a lungo con ostinazione a battersi in difesa della validità dell'arte del muto. Mentre il teorico tedesco Rudolf Arnheim, nel 1958, continuava ancora a confessare di provare un senso di disagio ogni volta che assisteva ad un film parlato, e che l'abitudine non riusciva ad attenuare.
Certamente molte furono le cause di questa fine repentina, ma in gran parte responsabile fu proprio la radio. Nata da un apparato militare, nel 1926 era diventata negli Stati Uniti un fenomeno che incantava milioni di ascoltatori. La maggior parte dei programmi erano prodotti direttamente dalle ditte desiderose di farsi buona pubblicità e che, in questo modo, ricorda lo storico Erik Barnouw «offrivano una marea di trasmis-

sioni su tutto il territorio nazionale portando, gratis nelle case, numerosi programmi di evasione». Gli spettacoli cinematografici, e non solo quelli, cominciavano ad essere regolarmente disertati quando coincidevano con le trasmissioni radiofoniche piú seguite. Trasmissioni come "Ma Perkins" con Virginia Payne, "Famous Jury Trial" o "Amos'n'Andy", lo sceneggiato radiofonico con Freeman F. Gosden e Charles J. Correl (due attori bianchi che interpretavano la parte di due simpatici negri impiegati in una agenzia di pulizia) in onda prima sulla Wgn, la stazione radio di Chicago, e poi con un successo travolgente dal 1926 sulla Nbc.
Un successo che inchiodava sulle loro poltrone milioni di americani. I programmi della radio presentavano un mondo di comunicazioni sottintese tra l'insieme scrittore-speaker e l'ascoltatore, traducendo il tutto in una esperienza privata fortemente intima e suggestiva. La radio stava creando nuovi bisogni producendo un profondo mutamento nei gusti e nell'atteggiamento, profeta della nascente civiltà del consumo. La presa di questi programmi era tale, evidenzieranno poi i sociologi, che molti ne dimostravano una pericolosa dipendenza emotiva.
Alle soglie della grande depressione che seguirà il venerdí nero, il giorno del drammatico crollo della Borsa di New York, la radio si presentava in piena espansione.
L'industria del cinema muto invece arrancava. Nel 1927, per la prima volta in venti anni, si era registrato un forte calo di interesse del pubblico, mentre il volume dei costi si gonfiava a dismisura gettando l'industria cinematografica in una pesante crisi. Sarà proprio la gravità di questa crisi che costringerà l'industria del cinema ad una inevitabile metamorfosi: acquistare il sonoro, unico mezzo, doloroso per alcuni, inevitabile per i piú, per la creazione di quella "totalità" della rappresentazione realistica che da sola poteva riavvicinare quel pubblico reso piú esigente e smaliziato dalla radio.
E saranno proprio le grandi compagnie radiofoniche – come la Rca titolare dei brevetti di sonorizzazione su pellicola – a muovere i primi passi nel potenziale mercato del film sonoro salvando, con la loro spregiudicatezza e con i loro film sonori l'intera industria cinematografica. Passi, che per quanto riguarda la Rca, saranno concretizzati nel 1928 con la creazione della Rko (Radio-Keith-Orpheum), una nuova casa cinematografica nata su iniziativa della Fbo, la rete di distribuzione di Joseph Kennedy, della catena di sale di proiezioni Keith-Albee-Orpheum e, appunto, della Rca (Radio Corporation of America) di Rockefeller.
A questo punto, verificato il ruolo fondamentale avuto dalla radio, c'è solo da chiedersi se la nascita del cinema sonoro abbia anche rappresentato una rivoluzione estetica, oltre che industriale, tanto da affermare che gli anni 1928-30 siano quelli della nascita di un nuovo cinema. Rileggendo Bazin, nei limiti della semplificazione critica, si può dire che l'introduzione del sonoro fu certamente una tappa fondamentale di quella "tendenza" cinematografica che inseguiva il sogno dell'umanità di catturare del reale non solo l'apparenza, il corpo, ma la sostanza stessa, l'anima.

3. A onor del vero il cinema non contribuí, né in bene né in male, allo sviluppo industriale della radio. La trasformazione dell'elettrodomestico in televisione è infatti un capitolo a parte. Al massimo farà buona attività promozionale soprattutto con una serie di film, all'epoca famosissimi, come *The Big Broadcast* (La grande trasmissione) di cui ne verranno realizzate quattro versioni nel '32, '36, '37 e '38. Prodotti dalla Paramount con numerosi cantanti e attori tra i quali Bing Crosby, Kate Smith, The Mills Brothers, George Burns, questi film di ambientazione radiofonica prendevano spunto da una storica trasmissione del 1928 dove i divi della United Artists, Charlie Chaplin, Dolores Del Rio, John Barrymore, Gloria Swanson e altri, raccogliendo la sfida della radio, avevano fatto sentire finalmente le loro voci.
Il ruolo del cinema non sarà invece marginale quando si tratterà di contribuire allo sviluppo delle potenzialità espressive del mezzo radiofonico.
Quando nel 1930 Walter Ruttman, affascinato dalla radio, ne volle dimostrare le possibilità, gli sembrò naturale rivolgersi proprio al cinema.
Walter Ruttman, pittore, nato a Francoforte nel 1887, assieme all'amico Hans Richter era stato uno dei primi ad usare il cinema come complemento e sviluppo alle ricerche estetiche nel campo della "visualità", per dedicarsi in seguito al cinema "lirico" e al documentario "dal vero". Seguace delle teorie di Dziga Vertov sul cine-occhio e sul radio-orecchio, nel 1927 realizzò *Berlino, sinfonia di una grande città* (*Berlin, Symphonie einer Großstadt*), un ampio documentario che, grazie all'uso del montaggio inteso come equivalente del ritmo musicale, risultò una rappresentazione suggestiva e affascinante di una grande città.
Nei riguardi della radio Ruttman aveva intuito un punto fondamentale: come il montaggio delle immagini era stato uno dei caratteri distintivi che aveva fatto del cinema una espressione artistica con un suo specifico linguaggio, cosí il montaggio del suono poteva rappresentare la grande rivoluzione estetica della radio.
La mancanza del nastro magnetico, messo a punto solo qualche anno piú tardi (attorno al 1932), non lo scoraggiò piú di tanto. Con una intuizione che arricchisce di contenuti simbolici il rapporto radio-cinema, Ruttman utilizzò la colonna ottica di una pellicola realizzando *Week End-Akustisher Film*, un film sonoro senza immagini. Il primo montaggio registrato della storia della radiofonia.
La radio aveva tenuto a battesimo il cinema sonoro, questo adesso contraccambiava favorendo la nascita di un linguaggio radiofonico autonomo.
La radio, come il cinema, con la sua incontrollabile capacità di finzione, poteva finalmente affermarsi come l'unico vero luogo del desiderio.
Siamo agli inizi degli anni '30. Tutto è pronto in attesa che il grande Orson Welles dimostri al mondo intero come si possono usare la radio e il cinema.

4. Se la radio e il cinema dovessero eleggere un campione comune, la scelta non potrebbe che cadere sul mitico Orson Welles. Autentico genio e profeta della magia industrializzata dei mass-media, dotato di un atavico bisogno di mischiare le carte, rompere con le convenzioni, stabilire nuove modalità espressive, non poteva lasciarsi sfuggire la grande occasione che gli offrivano la radio e il cinema. Il cinema di Welles non sarebbe nato senza la radio di Welles, e viceversa.
Quando cominciò a lavorare con la Cbs nel 1935, dopo una breve parentesi con la Nbc, aveva appena vent'anni ma si era già fatto notare con alcune geniali e stravaganti idee. La piú insolita era stata l'allestimento teatrale del *Macbeth* con attori di colore, trasportando l'azione dalla Scozia a Tahiti all'epoca dell'imperatore negro Jean Christophe. Naturalmente le streghe erano diventate degli stregoni voodo.
Nel 1938 cominciò a dirigere un programma settimanale, sempre per la rete Cbs, al quale partecipava con la sua compagnia teatrale: "The Mercury Theatre on the Air". Dopo alcune trasmissioni Welles ebbe l'idea di mandare in onda un'opera di *science fiction*.
Prese in considerazione *La nube purpurea* di Shiel e *Il mondo perduto* di Conan Doyle, prima di fermarsi sulla *Guerra dei mondi* del quasi omonimo H. G. Wells. Era

il 30 ottobre del 1938, la notte di Halloween. Il seguito è entrato a far parte della storia, e se il fatto non avesse lasciato tracce obiettive potremmo oggi a stento credere alla sua realtà e, soprattutto, alla sua risonanza. Bastò che un anonimo speaker annunciasse, durante un programma di musica con l'orchestra di Ramon Ramirez, l'atterraggio dei marziani in una località del New Jersey, rapidamente confermato da un drammatico discorso del ministro degli Interni, perché centinaia, migliaia, e poi milioni di ascoltatori credessero che fosse arrivata la fine del mondo. Gli effetti di quel panico sono diventati famosi: la gente dalle città fuggí in campagna, e viceversa; si verificarono aborti, incidenti stradali, violenze, a Pittsburgh una donna preferí mettere fine ai suoi giorni piuttosto che essere violentata dai marziani. Nel New Jersey fu mobilitata la Guardia Nazionale. Parecchie settimane piú tardi c'erano ancora intere famiglie terrorizzate sulle montagne del Dakota.

Fa notare Bazin che questa esperienza radiofonica sarà fondamentale per l'opera cinematografica di Welles, e non solo perché gli aprirà, ad appena ventitre anni, le porte del cinema. «Pensare che sarei dovuto finire in galera» dirà qualche anno piú tardi Welles in "F For Fake", un suo film del 1973, «... e invece sono finito a Hollywood». Come dice Marco Salotti in un saggio su Filmcritica «nella "Guerra dei mondi" il montaggio radiofonico è già montaggio cinematografico elaborato su una straordinaria sensibilità ritmica per le durate e gli stacchi, per l'alternanza emozionale logica dei piani, per la sapiente costruzione di un clima che in poco tempo va dalla voce apocalittica dello speaker fino alla calma forzata del Presidente Roosevelt. Cosí "La guerra dei mondi" batte i maestri montatori Griffith ed Eisenstein».

In questo modo la radio inventa e introduce il cinema wellesiano. *Quarto potere*, il primo film di Orson Welles, diventa l'opera prima piú eccessiva ed incredibile della storia del cinema, forse, perché *La guerra dei mondi* è un capolavoro raggiunto dopo anni di sperimentazione del mezzo radiofonico. "Quarto potere", prodotto dalla Rko, viene presentato il 9 aprile 1941 contemporaneamente al Broadway Theatre e all'Ambassador di Los Angeles. È un vero trionfo, la critica lo saluta come un capolavoro del cinema mondiale. E François Truffaut, mai dimentico della radio di Welles, dirà che *Quarto potere* è soprattutto un grande film radiofonico. In effetti una delle caratteristiche peculiari del film è data proprio dall'uso che viene fatto del sonoro. La continuità drammatica, esaltata dall'uso della profondità di campo, è ottenuta grazie alla sovrapposizione del dialogo, e gli effetti ironici piú notevoli nascono dalla giustapposizione dei suoni e delle immagini.

Il compositore delle musiche, Bernard Herreman, ebbe a dire a proposito: «Nel trattare i motivi musicali del film ho utilizzato, d'accordo con Orson, una tecnica da arrangiamento radiofonico. Ma io ho collaborato anche agli effetti sonori che sono molto spesso mescolati con la musica per aumentare l'intensità di alcune scene. E anche questa tecnica è presa da quella radiofonica».

Da quel momento la radio accompagnerà sempre il cinema di Welles. «Se "Quarto potere" è un film che allude costantemente all'esperienza radiofonica» dice ancora Marco Salotti «nei film che seguiranno essa diventerà una presenza costante».

La radio sarà infatti una vera e propria spalla narrativa, la cui funzione varierà secondo le esigenze del racconto, fornendo spesso piú di una prestazione.

Se ne *L'orgoglio degli Amberson* è un semplice oggetto scenico dotato di parola, in quel luogo deputato agli scambi che è il drugstore de *Lo straniero* la radio è un accessorio indispensabile alla immobilità onnisciente di Billy House, il droghiere che si delizia all'ascolto delle imprevedibili ed esilaranti imprese di *Amos'n'Andy*.

Ne *La signora di Shangai* la radio non è solo un elemento della struttura narrativa; strumento tecnologico, usata sottilmente come persuasore occulto, essa diventa complice della strega Elsa Bannister. Ma in tutti i film sarà comunque presente l'influenza della radio, soprattutto nella fase del montaggio.

Ed è lo stesso Welles ad ammetterlo. "Il montaggio" dice «è una questione di orecchio. Il montaggio è il momento in cui il film ha a che fare con il senso dell'udito».

Nel 1932 il regista di *Leonardo* e di *Verdi* aveva appena diciannove anni. «Quando si rivolsero a me» ha raccontato Castellani in una intervista pubblicata su «Repubblica», «le commedie erano lette da un gruppo di attori seduti intorno ad un microfono che leggevano le parti. Io studiavo architettura, ero pieno di idee come una pentola in ebollizione, e quando mi chiesero di fare qualcosa in occasione dei littoriali della radio, mi ci misi a pensare. Mi venne in mente che la radio, usata fino ad allora come mezzo di diffusione, potesse diventare anche mezzo di espressione, se uno poteva prendere il materiale bruto, che è il suono, registrarlo, elaborarlo, manipolarlo, montarlo.

Facemmo una trasmissione con due pezzi, uno era *La fontana malata* di Palazzeschi, l'altro un insieme di musica, rumori, voci prese dal vero, versi: tutto insieme dava l'impressione di quello che Palazzeschi aveva fatto con la sua poesia. Lo chiamammo "suonomontaggio", fu una specie di pietra nello stagno sonnolento dell'Eiar, perché ebbe una curiosa eco positiva nelle alte sfere politiche e, da allora, l'Eiar cominciò a suonomonteggiare».

Purtroppo dopo queste felici premesse il tutto prenderà un'altra piega. Il rapporto tra radio e cinema nella realtà italiana si fermerà, prima della guerra, ma anche dopo tranne un caso isolato, al terreno piú ovvio e scontato. La radio contribuirà a rendere famose canzoni e canzonette lanciate in film che, in molti casi, si rifaranno al mondo della radio per trovare una giustificazione alle loro trame, ai personaggi ed alle storie.

Siamo molto, molto lontani da *Quarto potere*, ma questo è il massimo che la situazione poteva consentire.

Detto questo si può provare a fornire alcuni dati su questi film. Il capostipite è stato senz'altro *La canzone dell'amore*, primo film sonoro prodotto in Italia e girato nel 1931 da Gennaro Righelli. Ambientato in uno studio radiofonico dell'Eiar a Torino, servì all'attrice Isa Pola per lanciare *Solo per te Lucia*, una canzone destinata ad un successo travolgente.

E *Solo per te Lucia* si chiamerà un altro film del 1952 diretto da Franco Rossi (il regista dell'*Odissea* e del remake televisivo di *Quo vadis?*), dove Mariella Lotti interpreta la parte di un'annunciatrice radiofonica costretta a nascondere a tutti il suo figlioletto Roberto, frutto di una relazione illecita.

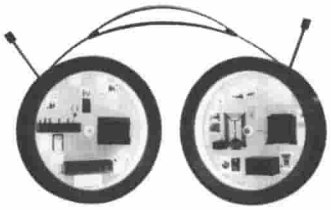
Divertente è notare che *Mille lire al mese*, un film del 1938 con Alida Valli e Umberto Melnati costruito per sfruttare il successo della omonima canzone, si svolge in alcuni studi radiofonici, ma sono quelli della radio ungherese. Il motivo di una scelta cosí stravagante sembra che sia dipeso dalla trama del film, giudicata troppo borghese e quindi inadeguata a quell'uomo nuovo fascista che il regime si sforzava di costruire. Per cui, tagliando la testa al toro, gli autori preferirono ambientare il tutto alla radio ungherese. Naturalmente senza averla mai né sentita né visitata. Fondamentale, invece, *Ecco la radio*, prodotto nel 1942 dall'Eiar per la regia di Giacomo Gentilomo. Il film non è altro che la riproposizione cinematografica della rivista "Viva la Radio" voluta nel '39, sempre dall'Eiar, per far conoscere i divi ed artisti affermatisi nei programmi radiofonici. Purtroppo sembra che anche l'ultima copia sia andata persa. Se cosí non fosse, questo film sarebbe il mi-

glior documentario storico sulla radio di quegli anni.
La famiglia impossibile del 1940 è invece ancora in circolazione: diretto da Carlo Bragaglia può contare su Alberto Rabagliati che interpreta, guarda caso, un famoso cantante della radio coinvolto da una ragazza in situazioni bizzarre. La storia troverà il suo epilogo nella sede dell'Eiar durante un programma radiofonico in diretta.
Passata la guerra alcuni film cercheranno il successo sfruttando quello di famose trasmissioni radiofoniche o di personaggi diventati famosi per radio. È il caso de *La bisarca* del 1950 con Peppino De Filippo e Silvana Pampanini; *Botta e risposta* sempre del 1950 diretto da Mario Soldati con Nino Taranto, Isa Barzizza, Silvio Gigli, Renato Rascel; *Il microfono è vostro* del 1951 con Pippo Barzizza, Nunzio Filogamo ed Enrico Luzi diventato famosissimo in radio con lo sketch "Che ce l'ha il crick". E ancora *Il motivo in maschera* del 1955 con Lelio Luttazzi ed un irresistibile Mike Bongiorno nella sua piú riuscita, senza ironia, interpretazione cinematografica.
Non si può dimenticare il grande Alberto Sordi il cui debutto nel cinema, dopo i trionfi della radio, avvenne con *Mamma mia che impressione* del 1950, un film ispirato ad uno dei suoi personaggi radiofonici, appunto "Il compagnuccio della parrocchietta". Ma esiste un caso dove il collegamento tra radio e cinema ha dato luogo ad un capolavoro, un film dove l'uso del sonoro, nel gioco reciproco del primo piano e dello sfondo, dimostra di aver imparato la lezione radiofonica.
È *Una giornata particolare* del 1978 diretto da Ettore Scola e sceneggiato dallo stesso assieme a Maurizio Costanzo e Ruggero Maccari con Marcello Mastroianni e Sophia Loren.
Una casalinga e un annunciatore radiofonico, estromesso dal servizio per sospetta omosessualità, non partecipano all'adunata oceanica, alla giornata particolare che si celebra nella Roma del 1938 in onore della visita del cancelliere del Terzo Reich. Antonietta e Gabriele non possono negare l'avvenimento di massa: una radio lasciata accesa diffonde nel cortile la sfilata. Per caso avviene l'incontro che trasformerà anche la giornata dei due esclusi. Antonietta e Gabriele si conoscono e, in qualche modo, arrivano ad amarsi. La radiocronaca è l'interlocutore continuo, la minaccia e al tempo stesso la rassicurazione. Per un giorno la famiglia di Antonietta, i persecutori di Gabriele, il fascismo, saranno altrove.

Niccolò Carosio, con V. Veltroni (che era, con F. Cremascoli, il piú noto radiogiornalista del tempo) e con L. Pasqualini, nel corso di un esperimento televisivo (1939). Le trasmissioni sperimentali erano cominciate a Roma l'anno precedente.

Le trasmissioni televisive sperimentali a Milano (1939). Folla di curiosi davanti ad un negozio.

Peppino, Titina e Eduardo De Filippo, intervistati da Emilio Pozzi.



OLIVIERO BEHA

LA RADIO E LO SPORT

Un paradosso di George Bernard Shaw, di consumo immediato, recita all'incirca: «L'unica forma garantita di attualità consiste nell'essere fuori dal tempo». Ci penso, ragionando sul binomio "radio e sport" in questo profumo di anniversari, mentre qualcuno dice che la storia della radio è la nostra storia (vero, vero, ma come potrebbe essere altrimenti?) e qualche altro nota con soddisfazione e verità che la radio ha resistito allo strapotere della Tv, mantenendo una sua "attualità". Appunto. E se per un caso questo matrimonio, in partenza anche morganatico, tra radio e sport potesse venir isolato "fuori dal tempo", acquistando significati simbolici straordinari proprio per tale sua extratemporale attualità, Shaw alla mano?

Vediamo. Qualche cenno di storia. Per banali questioni anagrafiche mi servo delle testimonianze di gloriosi sopravvissuti, come due tra i patriarchi del giornalismo sportivo, Gualtiero Zanetti e Alberto Marchesi. Il primo mi racconta di come capí che la guerra era davvero finita: «Sulla nave, nell'Atlantico, nel '45 sento Carosio che trasmette un'Italia-Svizzera. Fu un pari. Erano le voci autentiche della patria, fu per me un "tornate a casa, è tutto come prima". A proposito di Carosio, forse non si sa che quando fece i test all'Eiar come radiocronista, non vinse il concorso, o meglio arrivò alla pari con un'altra voce, che però gli fu preferita. Insomma, lo storico Nicolò arrivò secondo. Solo che il primo non si presentò piú e il posto fu di Carosio, che era impiegato alla Shell...». Magia dei ricordi, inscritta nello spirito con cui una figura tipica nell'Italia di allora e di ieri, o l'altro ieri, oppure anche solo nella provincia di oggi, il "barbiere", mimava Carosio con il rasoio minacciosamente in aria: «Combi, Rosetta, Calligaris...».

«È la stessa poesia che c'era nell'immagine popolare dei ragazzini del ventennio», dice Marchesi, «con gli apparecchietti d'epoca a galena, le antennine, le orecchie appiccicate. E i sogni infusi e diffusi da Carosio per il calcio, da Mario Ferretti poi per il ciclismo... Perché in quegli anni e in buona parte fino all'avvento della televisione, alla radio venivano affidati i sogni dello sport e per lo sport, mentre alla carta stampata, ai Colombo, agli Ambrosini, l'avvocato in bicicletta dei Giri d'Italia, ai Roghi che fece per il «Corriere dello Sport» reportages in Africa, durante la guerra, spettava la parte di documentazione. Insomma, sulla carta la realtà, all'orecchio la fantasia».

Scelgo, tra le mille rievocazioni del sessagesimo radiofonico, quella apparsa sul «Corriere della Sera» a firma di Giulio Nascimbeni in cui si decodifica una fotografia. La fotografia del pastore sardo con la "berritta" nera in testa, pencolante su un'orecchia, l'altra incollata alla radio: d'intorno, il vuoto pieno del Gennargentu. La foto è del '70, l'anno di Riva e del Cagliari dello scudetto. Dunque la radio e lo sport assieme "conservano" il tempo, dai ragazzini "a galena" al pastore in era televisiva.

Come avviene questa forma di conservazione, che è poi una conservazione culturale in termini chiaramente antropologici? Scorporiamo il binomio d'avvio, e fermiamoci sul mezzo-radio: la radio è ascolto, e che cosa sia l'ascolto lo dicono le splendide pagine di Roland Barthes dedicate alla voce omonima dell'*Enciclopedia Einaudi*, che Italo Calvino, lucidissimo prestigiatore, non si è lasciato scappare. Ne ha fatto un testo per l'opera di Berio quest'estate esibita a Salisburgo, dal titolo *Il re in ascolto*. Importanti sono anche le distinzioni di Marshall McLuhan tra radio e Tv, tra media "caldi" e "freddi", tra il "tamburo tribale" radiofonico e il "gigante timido" televisivo.

Ma qui preme riprenderne il dato specifico della fantasia e dell'immaginazione: sono questi i due tratti dell'animo e della mente che la radio "chiede" all'ascoltatore, assieme naturalmente – siamo fiscali... – all'attenzione. Che cosa è peculiare dello sport, del gesto sportivo? La fantasia e l'immaginazione che ne costituiscono in parte l'aspetto originario, cioè quello ludico. Lo sport è inizialmente gioco, si gioca con fantasia ed immaginazione, si ascolta con fantasia e immaginazione. E siamo a "radio e sport".

Dicono, e dicono bene, che lo sport almeno nei suoi connotati primari, simbolici, nasca "gratuito" come la vita, e che quindi per questo cosí facilmente si sia depositato sull'immaginario collettivo, resistendo poi tenacemente "in quella sede" – e arrivò ai nostri giorni – alla propria trasformazione in prodotto industriale finito. Se è vero, la radio e lo sport insieme hanno "mimato" la vita perfettamente e in qualche modo continuano a farlo. Questo è un primo punto: c'è poi l'esemplificazione concreta di simile ba-

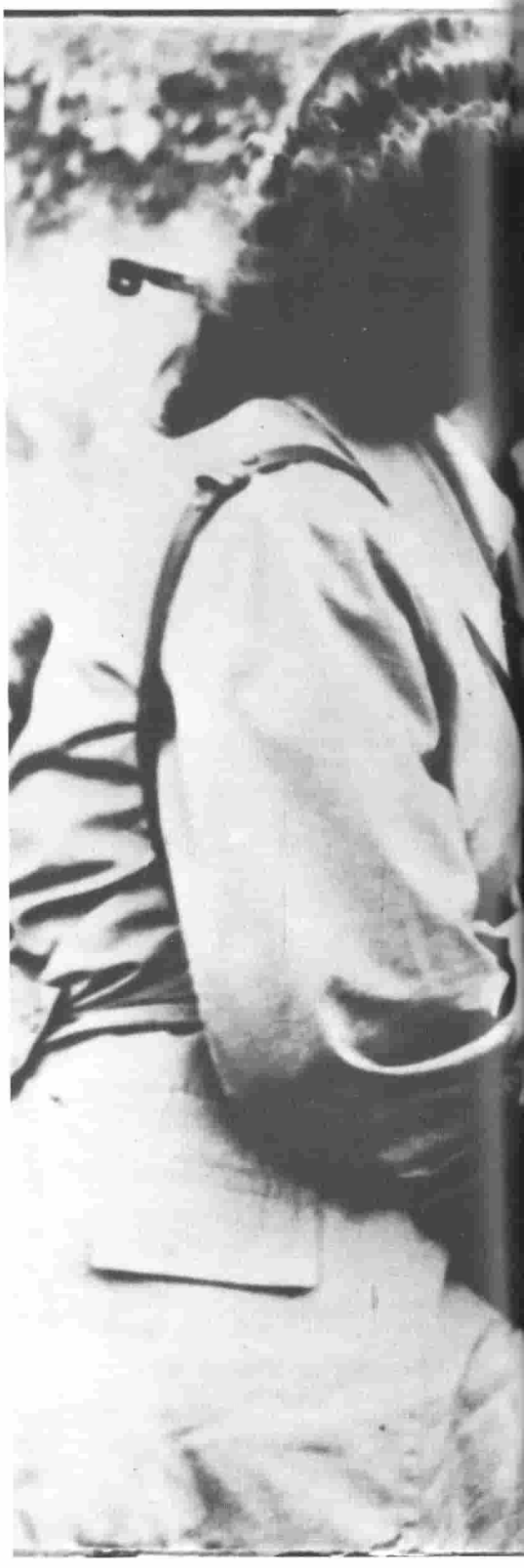
se simbolica. Appunto la forma di conservazione del tempo di cui parlavo prima. «Nonostante tutto», non c'è poi questa grande differenza tra il "quasi-gol" di Carosio e "l'uomo solo al comando" di Mario Ferretti nel ciclismo di Fausto Coppi da un lato, e l'odierno rapporto tra radio e sport, ossia per dire il popolarissimo "tutto il calcio minuto per minuto". Certo, apparentemente è cambiato tutto. All'interno del serbatoio di immaginazione e fantasia, piú certamente attenzione o disattenzione fisiologica, sono mutati i modi e i tempi: pensate per restare al calcio la partita unica radiotrasmessa, poi l'innovazione di qualche altro risultato, infine da poco tempo le sintonie sincronie interruzioni intersecazioni foniche da tutti i campi. Compreso il primo tempo, una volta segmento sacro da svelare solo all'intervallo.

Ma, si noti, i cambiamenti sono avvenuti all'interno del serbatoio, essendo invece il serbatoio rimasto fondamentalmente lo stesso. Ce lo dice, sia pure in termini relativi, la lingua. La lingua radiofonica dedicata allo sport si è modificata (e impoverita) molto meno di quello che è capitato alla lingua televisiva. È questa un'ulteriore forma di conservazione. Ma perché? Perché se identifichiamo in espressiva e comunicativa le due "funzioni" della lingua, ecco che la lingua della radio ha continuato a mantenere il suo aspetto espressivo, mentre la Tv, inseguendo la didascalia delle immagini, si è informata solo al potenziale comunicativo. Che cambia, cambiando le notizie da comunicare. E si rarefa tecnicizzandosi. La radio invece linguisticamente esprime: e qual è l'area di costume che, tolto l'elemento comunicativo del risultato, sbriglia di piú l'espressività? Ancora e sempre lo sport, titolare di quell'impatto inventivo che sfugge comunque ai numeri che lo ratificano. È – credo – proprio la sopravvivenza pertinace di tale espressività che, in generale e nello sport in particolare, tiene in vita la radio e la flessibilità tecnica del mezzo negli anni televisivi per eccellenza.

Di questo debbono aver avuto coscienza coloro che culturalmente piú hanno sentito il fenomeno sport: cito un nome per tutti, in un panorama tutt'altro che strepitoso per la persistente sottovalutazione dell'importanza del fenomeno, quello di Sergio Zavoli, radiofonico anche in Tv proprio per questa espressività conservata e privilegiata, al di là dei gusti di ognuno. Dal sudore in diretta alla presidenza Rai. È anche da osservare come la radio non si sia sottratta a un equivoco di fondo che negli ultimi trent'anni è rimasto sotteso alla voce "sport" in Italia, equivoco oggi esploso in tutta la sua portata sociale e politica: quello che mischia il prodotto al servizio.

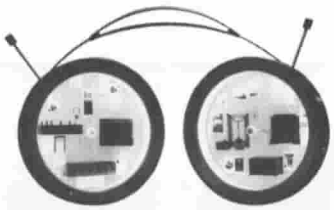
È una contraddizione con germi di schizofrenia culturale che ovviamente trascende i confini dello sport: persino nella radio stessa, nel broadcasting nazionale da noi come – meglio – in Gran Bretagna e negli Usa patria del mezzo specifico, è possibile tentare di distinguere i tratti salienti di questa contraddizione che spesso non riesce a miscelare il mercato con le strutture che permettano un razionale sviluppo o anche solo l'"esistenza" del mercato stesso.

Questo è accaduto macroscopicamente per lo sport: della sua natura di servizio, di campo d'azione del cittadino, non si è accorto quasi nessuno fino a ieri, o ad oggi. Mi chiedo dunque che cosa avrebbe potuto fare la radio "attraverso" lo sport e il calcio in primis per migliorare lo stato dell'unione, o della separazione in un'Italia suddivisa dal tifo ma unificata da "tutto il calcio minuto per minuto". Mediando tra questo prodotto e il servizio implicito, alle origini dello sport, la radio avrebbe potuto offrire almeno l'ipotesi di un paese diverso. Illusioni e complessità delle vicende italiane. Non è stato: resta un patrimonio ludico in qualche modo conservato, con forme mai anacronistiche proprio perché "attuali" secondo il paradosso di Shaw, sulle fondamenta dell'immaginazione e della fantasia. Un filo rosso resistente, dall'Italia del Trio Lescano a quella di Arbore e Boncompagni, passando per Rabagliati e il maestro Cinico Angelini. Un filo rosso di una tonalità che spicca di piú se paragonato alla mutevolezza proteica dello sport, ieri clandestino o ginnasiarchizzato, oggi faraonico affare per molti, immaturo e incompiuto comunque. Il re è sempre in ascolto ma sono cambiati quasi del tutto i messaggi che riesce a ricevere.



Niccolò Carosio durante la radiocronaca di un incontro di calcio.

Mario Riva, con la radiosquadra al seguito del Giro d'Italia, intervista Fausto Coppi.



LAURA DELLI COLLI

UN FUTURO GIÀ COMINCIATO

Per festeggiare i suoi sessant'anni le hanno regalato un "pace-maker" da un miliardo: «cento di questi giorni, cara radio. Vedrai» le hanno detto «che con questo cuore saluterai il Duemila». Il cuore nuovo e altamente tecnologico che dal 9 ottobre scorso, a sessant'anni e tre giorni dallo storico inizio delle trasmissioni radiofoniche in Italia, ha cominciato a battere in via Asiago, è quello di Super Radio, il computer al quale è d'ora in poi affidato il controllo e lo smistamento delle trasmissioni radiofoniche. Un'invenzione che ha mandato definitivamente in pensione il vecchio uccellino già archiviato da tempo nell'album dei ricordi. È un'invenzione che ha inaugurato per la radio una nuova fase, e un viaggio alla scoperta di un domani tutto da inventare.

La radio degli anni Ottanta, a dire il vero, aveva già dimostrato una rinnovata vitalità e una gran voglia di ringiovanire in occasione del terremoto di quattro anni fa, con le trasmissioni promosse in diretta dalle reti e dai Gr che, insieme, avevano offerto ai paesi distrutti dal sisma, e ai superstiti della tragedia, il loro microfono aperto per un'intera settimana. Piú recentemente, con StereoRai, questa stessa nuova radio ha voluto rispondere alla concorrenza delle antenne private, alla loro musica, alle loro voci, al loro feeling privilegiato con il pubblico dei giovani i principali consumatori, oggi, della radio a base di musica e news. Ma perché questa radio dai capelli grigi si decidesse a trovare un suo ruolo, a recuperare un suo spazio e un suo pubblico ci voleva, paradossalmente, la televisione, quella Tv che a trent'anni appena compiuti si è prepotentemente autoincoronata come il piú potente e il piú popolare, insieme, dei mass media.

Chi guida la piccola flotta delle caravelle che sono, oggi, nel mare agitato della comunicazione, le reti e le testate della radio pubblica, lo sa bene. Sanno bene, i responsabili delle reti e delle testate radiofoniche che il rilancio della radio pubblica dipende, in primo luogo, dal rapporto nuovo che la radio può e deve instaurare con l'azienda Rai, da una parte, con il pubblico e la società alla quale si rivolge, dall'altra. «Si tratta, in sostanza, di promuovere e rivalutare il mezzo radiofonico» – dicono i responsabili delle reti e delle testate – «cosí come la sua specificità». Di non sottovalutare, insomma, quelle potenzialità specifiche che solo la radio è tuttora in grado di offrire all'ascoltatore, cercando, comunque, di non vivere piú il mezzo radiofonico e il proprio impegno di operatori della radio con quel vecchio complesso d'inferiorità nei confronti della televisione che sempre di piú sembra, storicamente, figlio di tempi passati.

Fin qui, la filosofia generale nella quale si inscrivono, oggi, accanto alle celebrazioni ufficiali, alle rievocazioni, all'operazione nostalgia che è scattata allo scadere dei sessant'anni della radio, le proposte e i problemi della radio.

Problemi di ordine tecnico in primo luogo, ma anche la volontà concreta di rendere operativa, non solo sulla carta, quella "proposta per la radio" che negli ultimi anni è stata il "credo" del direttore generale della Rai in persona.

Il tempo della radio-Cenerentola all'ombra dei grandi spettacoli sfavillanti della televisione sembra tramontato: reti e testate radiofoniche si propongono sempre di piú come le reti e le testate di una radio alternativa alla televisione, una radio che punta sull'intrattenimento "intelligente", che dialoga con il suo pubblico, che privilegia l'informazione, che sa farsi ascoltare, che in alcuni casi insegna ad ascoltare.

«Nel bene e nel male» commenta Jader Jacobelli «la responsabilità è della televisione». L'uomo delle tribune, che è nato, in realtà, nel '46 come "uomo radiofonico" ritiene, infatti, che sia stata «proprio la televisione a farci apprezzare la maggiore tempestività della radio, cosí come la sua maggiore semplicità diffusiva, il suo minore condizionamento e il suo piú spontaneo pluralismo». «Come, alla sua maniera, diceva Bernard Shaw» afferma ancora Jacobelli «la vista è un senso superficiale che distrae; l'orecchio, è, invece, un senso profondo, che induce a pensare...».

I tre direttori delle reti concordano: «la radio ha il vantaggio» dice Leo Birzoli, responsabile di Radio Uno «di non rendere l'ascoltatore prigioniero dell'immagine». Corrado Guerzoni, il direttore di Radio Due aggiunge, da parte sua «che la radio, piú della televisione ha una possibilità unica e ineguagliabile di rapporto col pubblico, con un dialogo che va al di là delle parole d'ordine, dei luoghi comuni, dei condizionamenti che il messaggio pubblicitario opera sul pubblico attraverso la televisione». Enzo Forcella, infine, ritiene, come

responsabile di Radio Tre, che «il fatto che la radio abbia una sua identità di medium è ormai un dato acquisito». Dice Forcella: «è ormai chiaro che la radio è altro rispetto alla Tv. Che non è una Tv senza immagini; che, piuttosto, è un mezzo che vanta, e rivendica, il suo specifico». Cosí come si rivolge ad un pubblico diverso da quello di massa e composito della televisione: «la radio» spiega in proposito Forcella «si rivolge ad un pubblico particolare, che è in realtà la somma delle diverse fasce anagrafiche e culturali, ad esempio, espresse dal Paese...».

E i direttori di testata? «Il problema del pubblico» dice Salvatore D'Agata, responsabile del Gr1 «l'ha posto, secondo me, prepotentemente alla radio la concorrenza delle antenne private. È stata l'esplosione del fenomeno locale a mettere in campo prepotentemente gusti ed esigenze di un pubblico nuovo, un pubblico del quale, come operatori della Rai non potevamo non farci carico contribuendo, ciascuno per la propria competenza e la propria responsabilità a ripensare e ridefinire un ruolo e un dialogo nuovo nei confronti degli ascoltatori. Per quanto ci riguarda» dice ancora D'Agata «la radio di domani è già nel modello che abbiamo scelto oggi: coinvolgimento del pubblico, dialogo a doppio senso con gli ascoltatori. Al Gr1 lo abbiamo sperimentato, con successo, con i referendum sui grandi temi d'interesse nazionale, e lo viviamo quotidianamente con il filo diretto di "Spazio aperto" che rappresenta ormai un servizio al quale corrisponde una precisa utenza».

Un occhio al Palazzo, l'altro alla società, insomma. «Ma, soprattutto il microfono aperto per dialogare con il pubblico». Se lo "Spazio aperto" è, secondo D'Agata, «la radio di domani», il linguaggio, specifico, un modello giornalistico agile, e il piú possibile aperto alle testimonianze dirette è, secondo Aldo Palmisano, direttore del Gr2, la carta vincente della radio di domani.

«Non credo» dice Palmisano, «al tramonto della radio». L'interesse e la curiosità che il pubblico dimostra con la propria partecipazione confermano che il mezzo radiofonico ha ancora una vitalità e una validità imbattibili. Quello della radio, a mio giudizio, è un ascolto consolidato nelle abitudini, un ascolto che non deve temere, nelle fasce orarie del mattino – quelle in cui, in qualche modo la radio forma l'opinione della giornata – concorrenza televisiva, né da parte delle reti Rai, né dei privati». Per crescere, e consolidare al meglio il suo pubblico e il suo ruolo, questa nuova radio deve, puntare insomma sempre di piú sulla chiarezza e sulla rapidità. «Penso a notiziari veloci, a giornalisti sintetici nelle domande» dice Palmisano «ma anche ad interlocutori altrettanto efficaci e chiari nelle risposte...».

La radio testimone dei nostri tempi, la radio che cresce come dimostra di crescere il Paese... «Oggi si ha la certezza» dice Mario Pinzauti, direttore del Gr3, «che la radio supererà la soglia del Duemila senza crisi, anzi in una fase di crescita che si accompagnerà non a caso con la salita del livello culturale della società. Ebbene, credo che una società culturalmente in crescita non rinuncerà, certo, alla televisione, ma affronterà piú criticamente il contatto con la Tv anche grazie ad una maggiore attenzione verso la radio, l'unico dei media che ha oggi con il pubblico un rapporto che non annulla, né limita i valori individuali e persino il piacere della privacy...».

Una prospettiva, questa, che richiede, comunque il supporto dell'azienda, e piú vastamente, del legislatore: i responsabili delle reti e delle testate della radio di oggi se sono particolarmente attenti alla formula delle trasmissioni, agli obiettivi e al dialogo sempre maggiore che il mezzo deve instaurare col pubblico, non possono prescindere dalle grandi strategie tecnologiche di rinnovamento e rilancio del mezzo che la radio, a questo punto, sollecita.

Si tratta di risolvere il problema dell'ascolto, di programmare, per questo, quella politica d'investimenti che il rilancio del mezzo impone sopra ogni cosa.

Dice Birzoli: «Malgrado sia il paese di Marconi, l'Italia soffre ancora di notevoli carenze tecniche sul terreno della diffusione della radio: abbiamo impianti insufficienti, inadeguati, che non consentono di coprire come servizio, neanche l'intero territorio nazionale». «È inutile» aggiunge, da parte sua, Guerzoni «varare i grandi progetti strategici se la radio è penalizzata tecnologicamente nell'ascolto». In sostanza, conclude Pinzauti «va innanzitutto bandito per legge il caos dell'etere. Il futuro, e prima ancora il presente, significano, innanzitutto il potenziamento dei trasmettitori e dei ripetitori, assolutamente inadeguati già alle esigenze attuali: la Terza Rete è un caso limite, ascoltabile com'è oggi, nel 1984, in media soltanto in ventitré capoluoghi di provincia...».

Per non parlare delle onde corte: se le reti, le testate che trasmettono sulle onde medie rivendicano, per festeggiare questi sessant'anni di radio un intervento che renda gli impianti adeguati almeno alle esigenze di copertura nazionale, la Direzione Programmi per l'Estero di Giulio Cattaneo non può non rivendicare quell'intervento "politico" di potenziamento dei trasmettitori che è, secondo Cattaneo, «nella stessa ragion d'essere delle trasmissioni destinate agli italiani all'estero». Un problema, quello della Direzione Esteri, che riguarda non solo l'azienda Rai, ma la stessa Presidenza del Consiglio, che con la Rai regola, per convenzione, le trasmissioni per l'estero.

Cattaneo non può non sottolineare che «altri Stati europei, come la Francia, l'Inghilterra e la Germania vantano sistemi e tecnologie ben piú potenti di quelle italiane». «Il modo migliore per dare un senso a quest'anniversario» dice «sarebbe il potenziamento dell'onda corta, se non negli organici, almeno nelle strutture di trasmissione che consentano ai nostri programmi di essere ascoltati come prescrivono le stesse finalità del servizio». A garanzia di buona volontà, per risolvere almeno le carenze di ordine tecnico che penalizzano la radiofonia pubblica, fin dal novembre dell'82 l'azienda ha risposto con il piano elaborato e sottoscritto dal direttore generale Biagio Agnes. È a quella proposta che si deve, tra l'altro, la nascita dei due canali in FM di "Stereo Rai", una stereofonia di cui avrebbe potuto godere anche Radio Tre, ma che è, per ora, appannaggio esclusivo di Radio-Uno e Radio Due. Al di là delle carenze di ordine tecnico, il cammino che la radio ha davanti a sé per il prossimo decennio non è certo facile: «alle difficoltà, c'è da rispondere con una duplice offerta: programmi di alto livello nel contenuto, e, contemporaneamente indirizzati ad un pubblico fortemente specializzato. È l'idea che Enzo Forcella ha già messo in pratica per il palinsesto di Radio Tre, nel quale, da qualche tempo è entrato a far parte anche il "bit" del computer. È la filosofia che ha convinto Radio Due a perseguire generi apparentemente superati dalle mode radiofoniche come quello della prosa, o della musica seria o, ancora delle letture dal vivo di testi classici.

Luciano Rispoli, che deve gran parte del suo passato agli anni d'oro della radio, e che è approdato negli ultimi anni alla guida del Dipartimento Scuola e Educazione della Rai è convinto che, tutto sommato, la radio, anche di fronte alla validità delle nuove tecnologie possa ancora contare su un valore pedagogico non sottovalutabile. «Soprattutto» dice «se considerato nell'ambito di un discorso ispirato alla multimedialità». «Ma la tempora currunt...» dice, del resto, pessimisticamente Rispoli: «Chiamate Roma 3131, Gran Varietà, Bandiera Gialla, Alto Gradimento... La Grande Radio di ieri, in fondo, ci ha lasciato un pubblico di affezionati che sarebbe un peccato perdere...».

Roma, 9 ottobre 1984 Centro di produzione di via Asiago

Ricordando quel 6 ottobre 1924

Sandro Pertini e Nilde Jotti (alle spalle Sergio Zavoli e Biagio Agnes) nella sala del nuovo impianto "SUPER RADIO" ricevuti dal direttore del Supporto tecnico, ing. Aldo Riccomi.

Sandro Pertini osserva i cimeli esposti nel Museo Rai di Torino della Radio e Televisione e ricorda che nel suo esilio in Francia aveva dato vita ad una emittente libera...

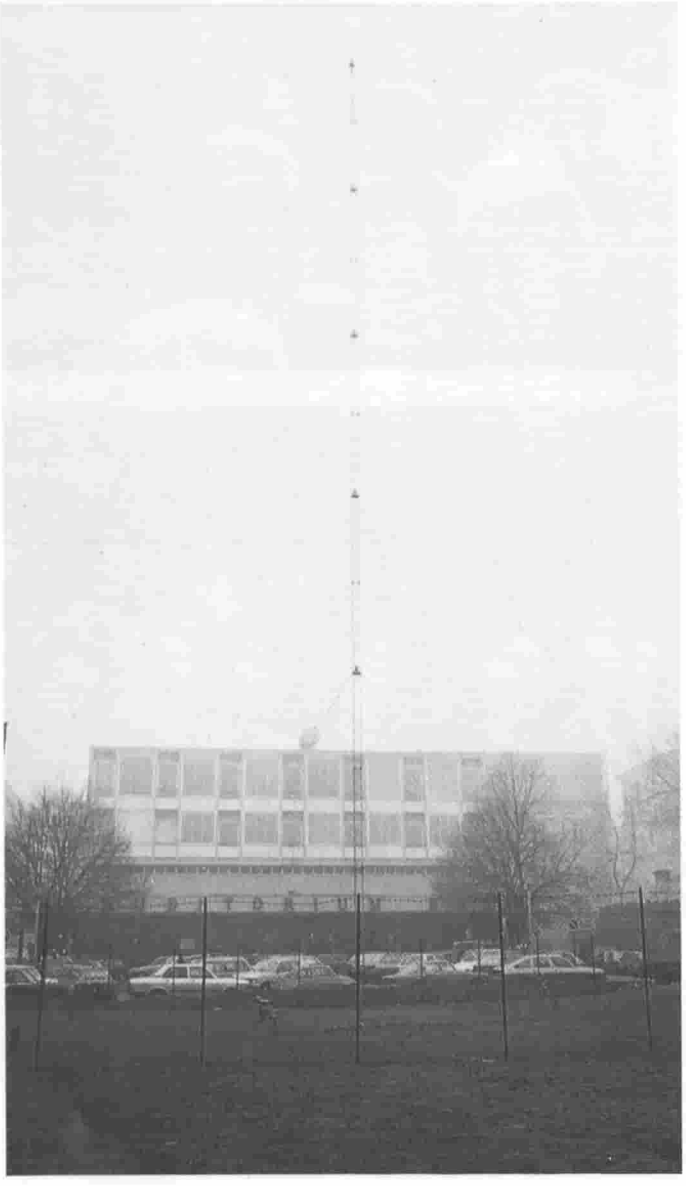
Volti conosciuti, voci celebri: Nilla Pizzi, Alberto Sordi e Aldo Fabrizi (in seconda fila, tra gli altri: Renzo Arbore e Monica Vitti)

Nell'Auditorio "A" di via Asiago, l'indirizzo di saluto del presidente della Rai Sergio Zavoli: alle spalle l'orchestra che è stata diretta dai maestri Pippo Barzizza, Nello Segurini, Piero Piccioni e Armando Trovajoli.

Tra le personalità presenti, in prima fila, il presidente della Repubblica Sandro Pertini, il presidente del Senato Francesco Cossiga, il presidente della Camera Nilde Jotti, il presidente della Corte costituzionale Leopoldo Elia, i ministri Antonio Gava e Pier Luigi Romita, il presidente della Rai Sergio Zavoli e il direttore generale Biagio Agnes.

Torino, 1984-febbraio 1985, Auditorium Rai

La grande antenna radiofonica, installata dinanzi all'Auditorium RAI in occasione della Mostra.



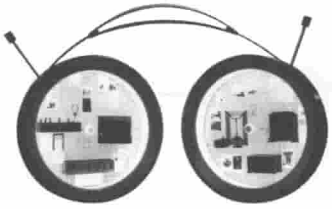
Momenti della visita inaugurale: sono riconoscibili, tra gli altri, la vedova Marconi con sua figlia Elettra, il Ministro delle Poste Antonio Gava, il Ministro del Bilancio Luigi Romita, il Presidente della RAI Sergio Zavoli, il Direttore Generale Biagio Agnes, il coordinatore del Comitato Organizzatore della mostra, Emilio Pozzi, i curatori Franco Monteleone e Peppino Ortoleva.

1946

Il concerto inaugurale diretto da George Prêtre.

Al termine del concerto, Sergio Zavoli e Biagio Agnes si intrattengono con George Prêtre.

Cristina Marconi alla stazione amatoriale iQ1 RAI. Le è a fianco il Ministro delle Poste Antonio Gava.

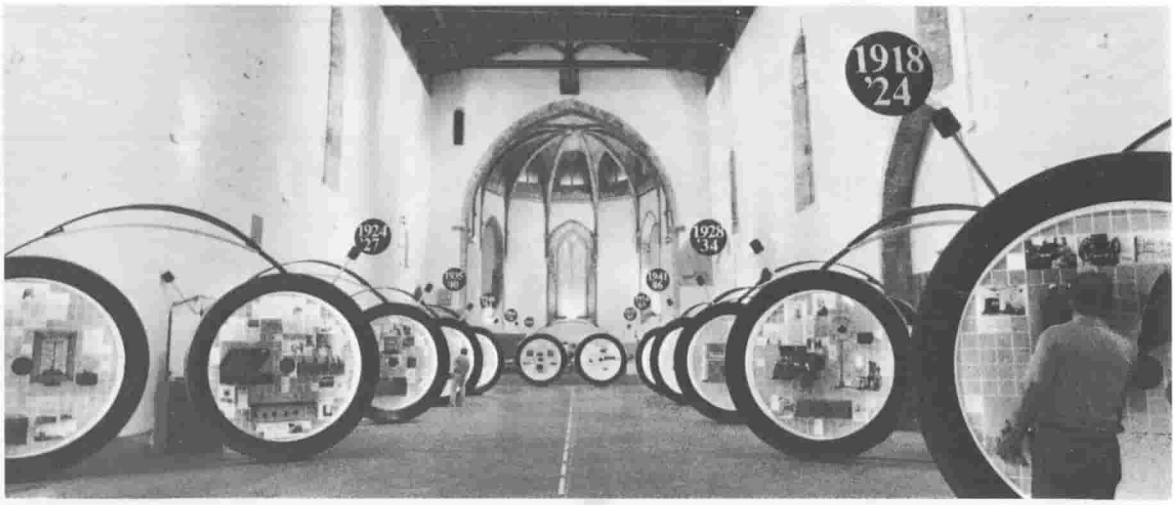


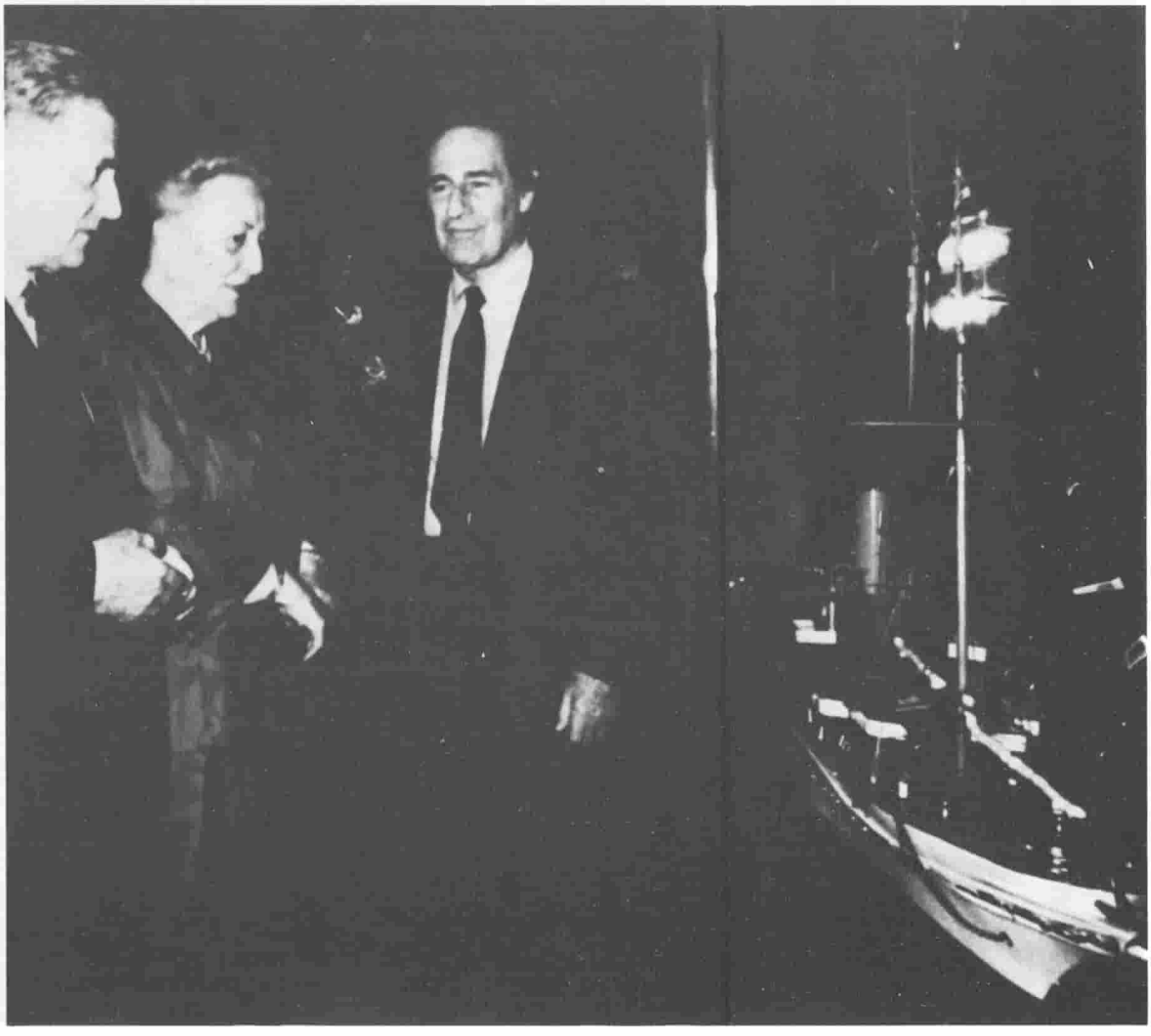
Spoleto, 25 giugno-15 agosto 1985, Chiesa di San Niccolò

Mario Giannotti
Direttore della sede regionale della Rai per l'Umbria

L'Umbria si sente privilegiata di ospitare una manifestazione, unica nel suo genere, che ha in sé la forza di suscitare una riflessione sugli avvenimenti che hanno segnato la storia dell'uomo per oltre mezzo secolo.
Non si tratta infatti di una semplice rievocazione, ma di un avvenimento vivo, palpitante che tocca profondamente gli animi delle vecchie generazioni e suscita, nelle nuove, motivi di ispirazione per proseguire sulle orme dello sviluppo del mezzo radiofonico.
La felice collocazione a Spoleto dell'iniziativa, nel periodo del "Festival dei Due Mondi", conferisce un significativo riconoscimento alla Radio che continua ad essere, ancora oggi, strumento di cultura e informazione per una maggiore conoscenza tra i popoli.

L'esterno e l'interno, allestito nel suggestivo ambiente della chiesa di San Niccolò.





Giancarlo Menotti, Presidente del Festival di Spoleto, con Sergio Zavoli e Cristina Marconi, presso il modellino della nave "Elettra", su cui l'inventore della radio compì importanti esperimenti.

Il futuro della radio: lo spazio dedicato alle nuove tecnologie radiotelevisive.

Nel corso della cerimonia inaugurale, il Presidente della RAI, Zavoli, saluta la vedova Marconi, la figlia Elettra e il giovane Guglielmo Giovannelli.

Il Ministro dei Beni Culturali, Antonino Gullotti, in visita alla Mostra.

Bari, 6 settembre-12 ottobre 1985, Fiera del Levante

Giangiorgio Gardelin
Direttore della Sede Regionale della RAI per la Puglia

La scelta di Bari come prima tappa meridionale della Mostra sui 60 anni della Radio in Italia, è in un certo senso un "atto dovuto". Perché il nome di Bari, anzi di "Radio Bari", è scritto non solo nella storia della radiofonia italiana, ma in quella stessa del nostro Paese. Dai vecchi e ormai scomparsi studi di via Putignani, "Radio Bari" fu infatti dall'autunno del 1943 alla liberazione di Roma, una delle prime voci dell'Italia libera. Trasmissioni come "Italia combatte", come i notiziari quotidiani, diedero conto e – animando la Resistenza –, segnarono esse stesse i passi della rinata democrazia italiana. A quelle trasmissioni parteciparono con entusiasmo e passione vecchi maestri di libertà come Benedetto Croce, Carlo Sforza, Adolfo Omodeo; giovani politici dal futuro luminoso come Aldo Moro, Velio Spano, Michele Cifarelli; giornalisti e scrittori come Alba De Cespedes, Anton Giulio Maiano, Diego Calcagno, Antonio Picone Stella che poi sarà a lungo il responsabile delle trasmissioni giornalistiche della Rai. Dunque "Radio Bari" nella storia della radiofonia ed in quella del Paese, come si è detto e come anche la Mostra documenta.
Con la certezza, per tutti noi della Sede Regionale Pugliese della RAI, di essere ancora oggi animati dagli stessi stimoli degli uomini di allora: l'amore per la libertà e la democrazia, lo spirito di servizio verso gli italiani, la gente del Mezzogiorno, la gente di Puglia.

Il padiglione dedicato alla Mostra alla Fiera del Levante.

Il Presidente del Consiglio, Craxi, con il Vicedirettore Generale della RAI, Rossi.

Il Ministro delle Partecipazioni Statali Clelio Darida, con Leone Piccioni, Presidente del Comitato Promotore della mostra.

La nastroteca.

Una "cornice" inconsueta per una puntata del "Processo del Lunedì".

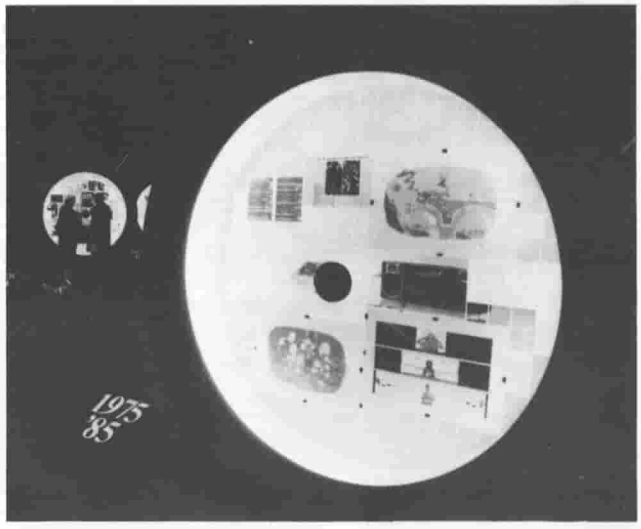
Napoli, 1 dicembre 1985-6 gennaio 1986, Teatro della Mostra d'Oltremare

Giulio Patrizi
Direttore della Sede Regionale della RAI per la Campania

Radio Napoli esiste dal 1926. Era il tempo degli apparecchi a galena (costosa passione) quando le signore "portavano" i capelli alla *garçon* e le gonne al ginocchio. In due ore o poco più di programmi serali, la città offriva un assaggio del "meglio di sè" mondanamente parlando: trenta minuti di musica da ballo da un famoso caffè di via Toledo, il canto di un soprano di grido, una spiritosa conversazione di Ernesto Murolo. Più tardi, intervista al Vesuvio, di Franco Cremascoli (un vero "scoop") con cavi e microfoni calati nel cratere – allora fumante – del vulcano.
E ancora il Vesuvio, questa volta in eruzione (siamo nel '44) come personaggio di riguardo al momento della "rifondazione". C'erano proprio tutti, in quel dopoguerra, nonostante la guerra ed erano venuti, per Radio Napoli, passando le linee. C'era Leo Longanesi, con Mario Soldati e Stefano Vanzina, che facevano "Stella bianca". C'erano tanti scrittori, attori, registi, dei quali abbiamo poi sentito parlare: Edoardo Anton, Luigi Compagnone, Aldo e Carlo Giuffrè, Ghirelli, Patroni-Griffi, Achille Millo, Arnoldo Foà ed uno studente che sarebbe poi diventato il regista cinematografico Francesco Rosi. Tutti, a quel tempo, lavoravano per Radio Napoli. Si trasmettevano Lirica, Prosa, Canzoni, Notiziari di guerra e Conversazioni del C.L.N.
1983: siamo ai giorni nostri. Per la prima volta una Struttura di Programmazione Regionale, quella di Napoli, vince il "Premio Internazionale Italia" per il miglior radiodramma: "Tempore Pestis" di Gabriella Botti e Giuseppe Rocca. Radio Napoli continua a vivere: ed è un auspicio e nel contempo un impegno per il futuro del territorio.

Il Teatro Mediterraneo della Mostra d'Oltremare.

Il Presidente della Repubblica, Francesco Cossiga, in visita alla Mostra.



Il suggestivo allestimento, sul palcoscenico del teatro.

L'orchestra Scarlatti della RAI di Napoli in concerto all'interno della mostra.

In diretta via satellite, TV da tutto il mondo.

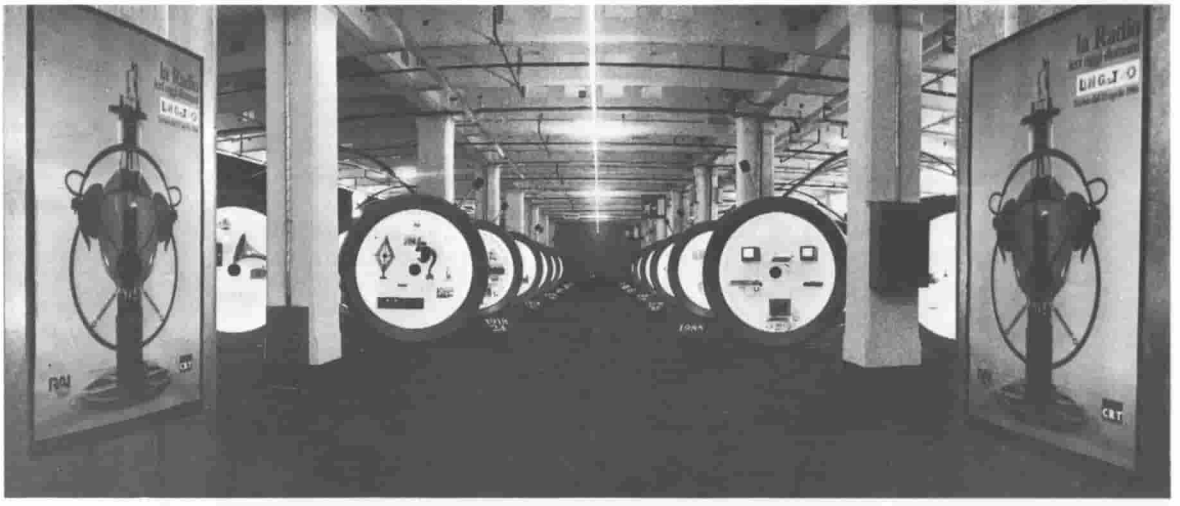
Torino (Lingotto) dal 23 aprile 1986

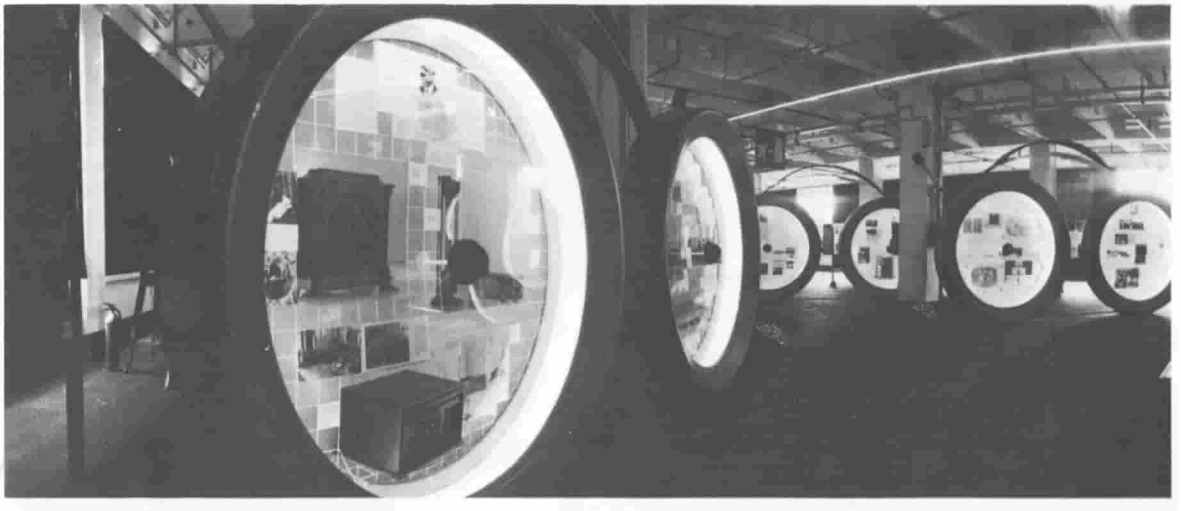
Emilio Pozzi
Direttore della sede regionale della Rai per il Piemonte

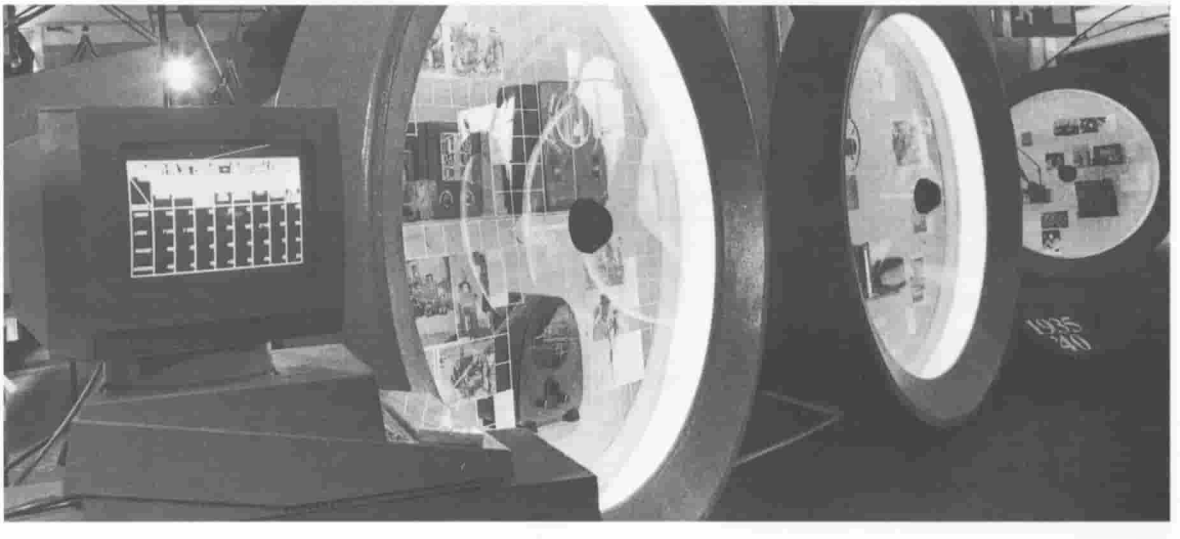
La Mostra della Radio e sulla radio torna a Torino, che l'aveva ospitata all'Auditorium della Rai, in occasione dei sessant'anni dall'inizio delle trasmissioni regolari, dal dicembre 1984 al febbraio 1985.
Dopo tre tappe in Italia, Spoleto, Bari, Napoli, torna a Torino, in una nuova sede, il Lingotto, e si apre contestualmente al 61° Salone Internazionale dell'Automobile.
Torna con un nuovo titolo "La Radio: ieri oggi domani", in una prospettiva dunque largamente aperta al futuro.
Cosí come il Lingotto è alla ricerca di una propria identità, nel cuore di Torino, cosí la Mostra della Radio si offre per una sperimentazione logistica e concettuale, anche lei alla ricerca del nuovo futuro.
Se questa Mostra, nata dalla circostanza di una ricorrenza, arricchita via via da nuove integrazioni, e oggi in una nuova e prestigiosa sede, può avere un significato di proposta anche per il domani di Torino, interessata al futuribile della comunicazione, possiamo essere soddisfatti che il tempo ad essa dedicato da chi l'ha pensata e allestita, da chi l'ha resa possibile e da chi la visiterà, non è stato e non sarà perduto.

La visita inaugurale: riconoscibili tra gli altri il Ministro dell'Industria, Renato Altissimo, il coordinatore del Comitato Promotore della mostra, Emilio Pozzi, il responsabile per le Relazioni Esterne FIAT, Cesare Annibaldi.

La mostra al Lingotto: un nuovo allestimento, per una mostra itinerante che ha saputo inserirsi negli ambienti più diversi. Come la radio.







SOMMARIO

Scritti introduttivi di:
Sergio Zavoli, presidente della Rai - pag. 9
Biagio Agnes, direttore generale della Rai - pag. 11
Leone Piccioni, vice direttore generale della Rai per la radiofonia - pag. 13
Emilio Pozzi, direttore della Sede regionale della Rai per il Piemonte - pag. 15
Vittorio Beltrami, presidente della Regione Piemonte - pag. 17
Nicoletta Casiraghi, presidente della Provincia di Torino - pag. 17
Giorgio Cardetti, sindaco di Torino - pag. 17
Enrico Filippi, presidente della Cassa di Risparmio di Torino - pag. 17

INTRODUZIONE ALLA MOSTRA

Franco Monteleone - Peppino Ortoleva, La macchina dei suoni - pag. 21 – Il percorso della Mostra - pag. 23
Franco Soresini, Da Marconi al transistor: l'evoluzione della tecnica radiofonica nel percorso della Mostra -pag. 27
Achille Castiglioni-Gianfranco Cavaglià, Caratteristiche della Mostra - pag. 29

Umberto Eco, Note per un Museo della Radiotelevisione - pag. 34

LA RADIO E LA SUA FORMA

Gianfranco Bettetini, La radio come mezzo di comunicazione - pag. 43
Alberto Abruzzese, La rivoluzione radiofonica - pag. 47
Mauro Wolf, Il presente della Radio - pag. 51
Peppino Ortoleva, La Radio e il suo pubblico: verso una storia degli ascoltatori - pag. 54
Cesare De Seta, L'oggetto e il suo linguaggio - pag. 61
Giampiero Gamaleri, Le teorie della Radio. Riflessioni sull'identità e l'ambiguità del mezzo - pag. 64

LA RADIO E IL SUO TEMPO

Mario Isnenghi, Una Radio in ogni villaggio? - pag. 71
Valerio Castronovo, Il modello industriale - pag. 75
Alberto Monticone, All'ombra del potere politico - pag. 79
Guido Crainz, Dagli alleati alla democrazia: il primo dibattito politico - pag. 83
Enzo Forcella, Storia della Radio, storia del Paese - pag. 88
Carlo Macchitella, La stagione dei "Cento fiori" - pag. 91

LA RADIO E I SUOI VOLTI

Goffredo Fofi, Le voci dell'epoca - pag. 94
Paolo Murialdi, Il mondo in ogni casa: un nuovo genere di giornalismo - pag. 98
Adriano Seroni, Un grande contenitore culturale - pag. 104
Lucio Villari, Un "messaggio" allo stato puro: "I Quattro Moschettieri" - pag. 106
Clara Sernesi, Il teatro radiofonico come genere artistico autonomo - pag. 109
Enzo Restagno, La musica alla Radio - pag. 112
Aldo Zappalà, *Alla Radio*, il Cinema, eternamente grato - pag. 116
Oliviero Beha, La Radio e lo sport - pag. 121
Laura Delli Colli, Un futuro già cominciato - pag. 124

Roma, 9 ottobre 1984, Centro di produzione di via Asiago, "Ricordando quel 6 ottobre 1924" - pag. 126
Torino, Auditorium Rai, 10 dicembre 1984-28 febbraio 1985 - pag. 128
Spoleto, Chiesa di San Niccolò, 25 giugno-15 agosto 1985 - pag. 131
Bari, Fiera del Levante, 6 settembre-12 ottobre 1985 - pag. 134
Napoli, Teatro della Mostra d'Oltremare, 1 dicembre 1985-6 gennaio 1986 - pag. 136
Torino, Lingotto, dal 23 aprile 1986 - pag. 138

Stampa: Tipolitografia G. Canale & C. S.p.A. - Torino